



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

El Gallito Rojo
Café Restaurante Mindo-Ecuador

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

Profesor Guía:
Adm. Andrés Gallegos

AUTORA:
GABRIELA MARGARITA GALLO SALGADO

Año
2011

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

Andrés Gallegos R.
Administrador Gastronómico
C.I.: 171268554-2

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”.

Gabriela Margarita Gallo Salgado

C.I.: 171379221-4

AGRADECIMIENTO

Tengo mucho porque estar agradecida.

En primer lugar debo mencionar a Dios por darme la dicha de llegar hasta donde he llegado y siempre estar bajo su bendición.

Debo agradecer a mi familia, a la eLi (mi mano amiga), a mi pa, a cari por ser mi núcleo, mi soporte, por ser parte fundamenta en mi vida.

A mi mejor amigo, confidente, novio Juanpi por aguantar mis neurosis, estar en mis alegrías y sobre todo, por siempre estar ahí. A mis amigos, compañeritos de trabajo y a todos los que aportaron con su semillita para que crezca este jardín que ahora llamo mi vida.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas que creen en la gastronomía del Ecuador, que creen en el derecho de la alimentación saludable para todos, los que luchan por rescatar un tesoro que se pierde de nuestra cultura. La gastronomía que nos identifica es un camino que nosotros somos responsables de construir y mostrar al mundo a través de nuestro trabajo. Hay que soñar despiertos para ser más.

RESUMEN

El Ecuador es un país privilegiado en su geografía, posee variedad de climas y se encuentra en la etapa de explotación de nuevos atractivos turísticos. Es por esta razón que el turismo se ha convertido en uno de los negocios más rentables y autosustentable de la época; dentro de este sector económico se encuentra el negocio de los restaurantes. Actualmente, la oferta de infraestructura y servicios turísticos es limitada, muy costosa o de baja calidad y se ha concentrado principalmente en las playas; por lo que existe una gran oportunidad en el turismo ecológico, pues se cuenta con consumidores nacionales e internacionales.

La población objetivo se encuentra mayoritariamente en las grandes ciudades, pero es en Quito donde se concentra nuestra clientela. En esta ciudad los ambientes son altamente contaminados y con pocas alternativas de recreación sana al aire libre.

El Gallito Rojo se forma como un restaurante diseñado para cubrir las necesidades de un selecto target en un sitio totalmente turístico, con una proyección financiera muy rentable para los inversionistas.

La propuesta es mantener una empresa sólida a largo plazo, con una rentabilidad anual a corto plazo del 147,20% del costo de inversión del proyecto (40521,12). Se busca conservar un negocio estable con gran utilidad anual por más de 5 años, con el objetivo de generar una cadena de restaurantes a largo plazo con socios estratégicos.

El proyecto contempla construir sus propias instalaciones en un terreno de 7000 m², con áreas totalmente naturales junto al orquideario de las riveras del río Saguambi.

Su infraestructura incluye un módulo de cocina; bar y área de mesas cubiertas; instalación de mesas al aire libre; la construcción de un vivero de plantas

ornamentales, medicinales, plántulas de café y un área artesanal de tostado y molido de café, por donde los visitantes podrán hacer recorridos al aire libre.

Debido a la afluencia de turistas se espera una ocupación del 300%. De acuerdo con las temporadas alta de vacaciones y las temporadas bajas-lo que incluye los fines de semana y días laborables-, el promedio de clientes que se espera al año es de 8480 durante las horas de almuerzo y un consumo de 14,21 dólares; adicionalmente a un promedio de 4240 personas que consumirán aproximadamente 3 dólares en los horarios de la mañana y de la tarde, por lo que se calcula un ingreso total de 133186,12. Tras este exhaustivo análisis se ha decidido que la capacidad del restaurante sea de 50 personas.

Del análisis financiero se desprende que al quinto año tendremos una rentabilidad aproximada del 735,98% de la inversión, con un negocio en marcha valorado en mínimo 250000 dólares.

ABSTRACT

Ecuador is a country with a privileged geography, where you can find all types of weather, and it is in a stage of developing new eco-touristic attractions; making the tourism business very profitable and self-sustaining nowadays. This economic sector includes, among others, restaurants business.

At the present time, the tourism infrastructure and services supply is limited, very expensive or of low quality. It is concentrated mainly on coast areas; therefore, there are great market opportunities in eco-touristic sector with national and international customers.

Most of the target population lives in the big cities of the country, the customers of the project are mainly focus in Quito where the environment is highly contaminated and has few alternatives for recreational natural areas.

“El Gallito Rojo” is a restaurant designed to satisfy the necessities of a selected target. It is located in a touristic area with a profitable financial projection for investment.

The approach is to create and keep a long term enterprise with a short term profit of 147,20% of the initial capital invested (40521,12). Another objective is to maintain an integrated business that generates a high utility within the next 5 years. With this strategy, it would be plausible to duplicate the enterprise in order to turn this project into a restaurant chain with strategic partnerships.

The installations of the project are to be built on a 7000 m² location, with natural areas that are close to the orchid garden situated on the riverside of the Saguambi river.

The building structure includes a kitchen set, bar, indoor and outdoor tables, an ornamental, medicinal, and coffee plants vivarium, including a coffee grinding area.

Due to the affluence of tourists in the area, the expected demand is of 300%, according to the peak season during holidays. The total number of customers expected during a year for lunch is 8480, that will consume an average of 14,21 dollars per person; additionally, during the morning and afternoon hours, the expected demand will be of 4240 people with an average consume of 3 dollars per person. This represents a total income of 133.186,12 dollars. Because of this analysis, the restaurant capacity will be of 50 people.

The financial analysis lead us to the conclusion that on the fifth year the approximated profit of the business will be of 735,98% from the initial investment of the enterprise (25.000 dollars).

ÍNDICE

CAPITULO I	1
1 PLAN ESTRATÉGICO DEL PROYECTO	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Justificación	1
1.2 Concepto	1
1.3 Marco Teórico Conceptual	2
1.3.1 El Sector de Servicios y las PYMES	2
1.3.2 Las PYMES.....	2
1.4 Objetivos	3
1.4.1 Objetivo General	3
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 Visión.....	5
1.6 Misión	5
1.7 Valores corporativos.....	5
1.8 Zonificación	6
1.9 FODA	8
CAPITULO II	10
2 DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	10
2.1 Constitución de la Compañía del restaurante “El Gallito Rojo”	10
2.1.1 Tipo de compañía	10
2.1.2 Determinación de Inversión de Constitución.....	10
2.1.3 Registros.....	10
2.2 Requisitos.....	11
2.2.1 Específicos	11
2.3 Rol de Pago Mensual	12
2.4 Derechos de los trabajadores.....	12
2.4.1 Decimotercera Remuneración o Bono Navideño	12
2.4.2 Decimocuarta Remuneración o Bono Escolar	13
2.4.3 Vacaciones Anuales	13
2.4.4 Utilidades para los Trabajadores	14
2.5 Organización de la Empresa	14
2.6 Organización de “El Gallito Rojo”	14
2.7 Brigada de Trabajo	15
2.8 Descripción de Funciones de Puestos de Trabajo	16
2.9 Organigrama	17
2.10 Políticas de la Empresa.....	18
2.10.1 Definición	18
2.10.2 Importancia de las Políticas	18

2.10.3 Políticas de El Gallito Rojo.....	19
2.11 Uniformes	20
2.11.1 Diseño de los Uniformes.....	21
2.11.1.1 Servicio	21
2.11.1.2 Cocina.....	22
2.12 Creación de Estándares de Servicio	22
CAPÍTULO III.....	24
3 MERCADOLOGÍA.....	24
3.1 Marketing Mix	24
3.1.1 Precio.....	24
3.1.2 Plaza.....	24
3.1.3 Producto	25
3.1.4 Promoción.....	25
3.2 Imagen Corporativa	25
3.2.1 Descripción del Letrero	28
3.3 Investigación de Mercado.....	30
3.3.1 Encuesta.....	30
3.3.2 Resultados.....	33
3.3.3 Análisis de la Investigación.....	35
3.3.4 Conclusión de la Encuesta	36
3.4 Análisis de Mercado	37
3.4.1 Análisis de Cuadro de Competencia.....	38
3.4.2 Resultado de Ocupación.....	38
3.5 Barreras de Entrada	39
3.6 Incentivos o Promociones	40
3.7 Fidelidad hacia el Cliente	41
3.8 Plan de Mercadeo	42
3.9 La Hora de la Verdad	43
CAPÍTULO IV	45
4 OFERTA GASTRONÓMICA.....	45
4.1 Carta.....	45
4.2 Diseño de la Carta.....	45
4.3 Descripción.....	46
4.4 Productos de la Carta.....	50
CAPÍTULO V	52
5 RECETA ESTÁNDAR	52
5.1 Descripción de Recetas Estándar	52

CAPÍTULO VI	60
6 ANÁLISIS FINANCIERO	60
CAPÍTULO VII	66
7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	66
7.1 Conclusión.....	66
7.2 Recomendaciones.....	66
Bibliografía	67
Anexos	68

CAPITULO I

1 PLAN ESTRATÉGICO DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

El Gallito Rojo restaurante es la tesina para el desarrollo y establecimiento de un restaurante en Mindo, zona rural de Quito, con toda la calidad y profesionalismo de los mejores lugares de alimento y bebidas de una Gran ciudad, convirtiéndose armónicamente en parte de la naturaleza.

1.1.1 Justificación

Consideramos el proyecto como una oportunidad de negocios, en un sector que conocemos muy bien a nivel familiar, ya que desarrollamos en la zona producción de café y otras actividades económicas, que nos han permitido y motivado a crear esta idea para satisfacer las necesidades de un target que no ha sido atendido. De esta manera no solo se quiere cumplir con nuestro cliente si no también mejorar de esta forma el nivel turístico de la zona. Por consiguiente queremos ser parte del progreso de esta parroquia, y de su proyección a mejorar no solo el área restaurantera del lugar sino en si la calidad de atención al cliente, la zona turística y sus alrededores, teniendo en nuestras manos un producto turístico único para promocionar al mundo ya que todos formamos parte de este mismo ideal.

1.2 Concepto

El Gallito Rojo es un restaurante con servicio y productos de calidad que interactúa en armonía con el medio ambiente que le rodea dirigidos a un target con poder adquisitivo capaz de pagar por la experiencia que se ofrece.

1.3 Marco Teórico Conceptual

La gastronomía en el Ecuador está en pleno desarrollo a pasos agigantados, donde el éxito de quienes estamos en esta profesión y empresarios de restaurantes depende del profesionalismo, servicios y productos de calidad. Por lo que demos ser más exigentes en todo lo que hacemos y llevar nuestro trabajo a niveles de competencia internacional. Mindo, una parroquia cercana a Quito con características especiales y apreciadas para turismo, tiene una tendencia a destacarse cada día más en esta área que es comunitaria y sostenible, por lo que debe seguir preparándose para recibir más gente, y más exigentes. Por ser rural, los servicios que prestan en el área turística todavía son precarios, y a pesar de que constantemente van mejorando, falta mucho para la especialización que esperamos con este proyecto aportar a la zona. Nos enfocaremos en un nicho de mercado que tiene la facilidad de salir al campo y está acostumbrado a pagar por servicios de calidad.

1.3.1 El Sector de Servicios y las PYMES

El sector de alimentos y bebidas está compuesto de todos los establecimientos que de modo habitual y mediante precio, proporcionan comidas y/o bebidas con o sin otros servicios de carácter complementario. Se clasifican en restaurantes, cafeterías, fuentes de sodas, drives inn y bares. El Ministerio y la Cámara de Turismo han establecido ciertos parámetros que han ayudado a homogenizar el nivel de servicio de alimentos y bebidas. Con estas normas, permisos y estándares de calidad se pretende llegar a un nivel de turístico que pueda competir con los grandes del turismo internacional, explotando así la gastronomía, y demás recursos con los que goza el Ecuador.

1.3.2 Las PYMES

PYMES es el término técnico con el que se les conoce a las pequeñas y medianas empresas. Siendo un ente productivo o de servicios, que genera

empleo y productividad en el país y permiten abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven al Ecuador. Considerándose como una organización económica, mediana. Se combinan los factores productivos (naturaleza, trabajo y capital) para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

La importancia de las PYMES en la economía del Ecuador se basa en asegurar el mercado de trabajo mediante la descentralización de la mano de obra, lo cual se lo considera necesario para un correcto funcionamiento del mercado laboral. Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor. Reduce las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado, en general, sus orígenes son unidades familiares. Y finalmente presenta mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura. En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, constituyen una parte sustancial de la economía, así como poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultarán fuentes generadoras de empleo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Crear un lugar en el que podamos brindar un ambiente diferente en contacto con la naturaleza, una atención personalizada, y productos de calidad, transformando la perspectiva del cliente, abriendo su mente a nuevas opciones estimulando la totalidad de sus sentidos.

1.4.2 Objetivos Específicos

Crear una empresa que construya su propia infraestructura en Mindo Para satisfacer la necesidad a familias del sector socio económico medio y medio alto.

Mantener una empresa solidad a largo plazo con beneficios económicamente atractivos para los socios, con una rentabilidad anual a corto plazo de 147,20% del costo del proyecto y conservar un negocio estable con gran utilidad anual por más de 5 años.

Captar clientela que se compone de:

- Familia de clase media o media alta de cuatro a cinco miembros que buscan salir de la contaminación de la ciudad y encuentran en Mindo el sitio ideal para pasar el día o el fin de semana.
- Turistas internacionales: son extranjeros que viven en Quito, diplomáticos o ejecutivos internacionales que visitan Mindo atraído por su reconocida biodiversidad.
- Personas jóvenes de clase media alta que van en busca de los deportes de aventura.
- Utilizar productos orgánicos cultivados en huertos del restaurante siendo así un destino verde.
- Promover la educación ambiental y la protección del bosque de Mindo, mediante la recomendación del ecoturismo y turismo sostenible y autosustentable de la zona.

- Crear fuentes de trabajo, especialmente para los habitantes locales y ser un participante activo del compromiso comunitario de mantener las características de Mindo (biodiversidad)
- Capacitar a campesinos de la zona para desarrollar la producción de café arábica y promover el desarrollo rural, convirtiéndonos en el medio de utilización y venta de este producto.

1.5 Visión

El Gallito Rojo proyecta ser el mejor restaurante autosustentable en la zona y ciudad de Mindo en los próximos tres años en la oferta de comestibles y bebidas que a partir de producir su propia materia prima cree conciencia tanto en sus consumidores como en los habitantes de su entorno, respecto a la convivencia entre la naturaleza, el buen comer y el alimento sano. Procurando a partir de esta fecha implementar una cadena de este tipo de restaurante en zonas de características similares.

1.6 Misión

Ser un restaurante que brinde un servicio de calidad superando las expectativas de nuestros clientes. Creando conciencia de una alimentación responsable y de calidad a través de nuestros huertos convirtiendo al Galito Rojo en un ejemplo para otros restaurantes. Proporcionando una alternativa diferente tanto en el área de alimentos y bebidas como en el servicio y el lugar en el que se desenvuelve.

1.7 Valores corporativos

- Ser un restaurante responsable a todo nivel.
- Ser una empresa que incentive el trabajo en equipo.

- Ser una empresa competitiva en todo sentido generando una cultura de valores.
- Mantener el respeto a todo nivel
- Reconocer el éxito del personal
- Crear una cultura de compartir el conocimiento y colaboración

1.8 Zonificación

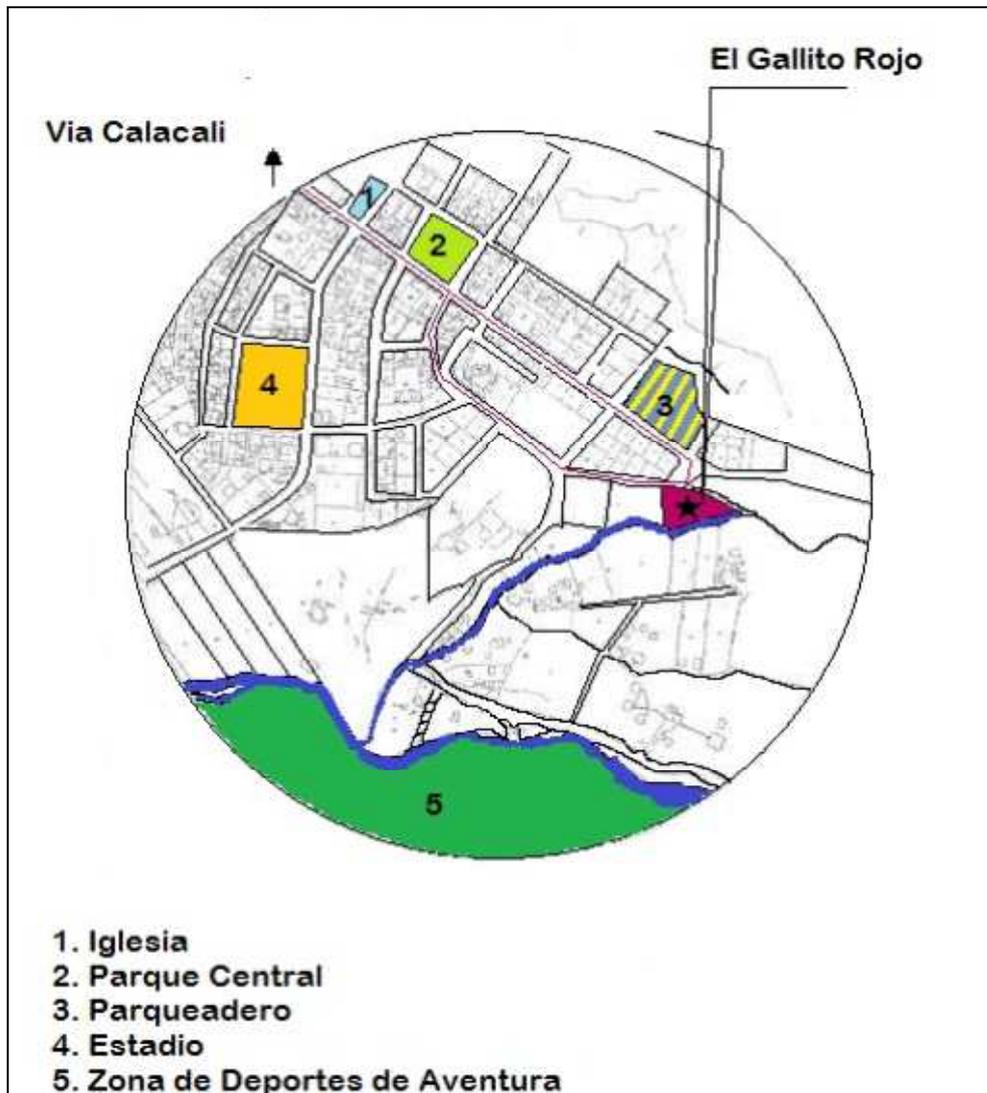
Mindo está ubicado al noroccidente de la provincia de Pichincha en el kilómetro 84. Es uno de los lugares más turísticos del país visitado por el turista nacional e internacional. Catalogado como uno de los destinos preferidos a nivel internacional, gracias a la biodiversidad natural y a la variedad de opciones que ofrece como destino de aventura. El Gallito Rojo estaría ubicado a 200 metros del parque central, lugar estratégico ya que es un paso obligatorio para las diversas actividades que podemos realizar en la zona.

Foto 1.1 Predio del restaurante en Mindo



Fuente: Gabriela Gallo.

Gráfico 1.1 Croquis



Fuente: Registro de la Propiedad del Cantón de Los Bancos

1.9 FODA

Cuadro 1.1 de FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
1	Conocimiento a perfección de la zona	1	Ubicación en zona turística de alta rotación.
2	Huertos propios	2	Ausencia de competencia directa.
3	Entretenimientos naturales dentro de la propiedad.	3	El Municipio construyo un parqueadero público a 50 m del restaurante
4	Ser propietario del lugar	4	Zona muy promocionada por autoridades públicas y particulares
5	Especialidad en café		
6	Capacitación profesional a nivel gerencial		
DEBILIDADES		AMENAZAS	
1	Al ser solo restaurante no competimos con hosterías de calidad	1	Está creciendo oferta de servicios turísticos variados
2	Está ubicado a una hora y media de la residencia principal.	2	Copia del concepto (competencia directa a mediano plazo)
3	Personal de la zona poco calificado	3	La afluencia de turistas depende de factores climáticos.
4	Se tendría poca respuesta para emergencias operacionales por ser Mindo un pueblo.	4	Infraestructura pública deficiente en el pueblo.
ANÁLISIS FODA			
A	F –D		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	
1	Conocimiento a perfección de la zona	1	Al ser solo restaurante no competimos con hosterías de calidad
2	Huertos propios	2	Está ubicado a una hora y media de la residencia principal.
3	Entretenimientos naturales dentro de la propiedad.	3	Personal de la zona poco calificado
4	Ser propietario del lugar	4	Se tendría poca respuesta para emergencias operacionales por ser Mindo un pueblo.
5	Especialidad en café		
6	Capacitación profesional a nivel gerencial		
CONCLUSIONES			
A.1.	Aprovechando el profesionalismo gerencial se debe capacitar al personal local		
A.2.	Teniendo huertos propios se debe prever compras solo de productos que no tenemos en Mindo.		
A.3.	Ser propietarios del lugar nos permitirá quedarnos el tiempo que sea necesario		
A.4.	Al no tener habitaciones como las hosterías, tenemos que sacar provecho de nuestras instalaciones.		

B		F – A	
FORTALEZAS		AMENAZAS	
1	Conocimiento a perfección de la zona	1	Está creciendo oferta de servicios turísticos variados
2	Huertos propios	2	Copia del concepto (competencia directa a mediano plazo)
3	Entretenimientos naturales dentro de la propiedad.	3	La afluencia de turistas depende de factores climáticos.
4	Ser propietario del lugar	4	Infraestructura pública deficiente en el pueblo.
5	Especialidad en café		
6	Capacitación profesional a nivel gerencial		
CONCLUSIONES			
B.1.	Debemos aprovechar nuestras especialidades y nuestras instalaciones con entretenimientos propios.		
B.2.	La tecnología del café es exclusiva al igual que la ubicación, por lo que adicionalmente no debemos descuidar la calidad.		
B.3.	Al conocer la zona y vivir en Quito nos permitirá anticiparnos posibles bajas de afluencia de turistas por factores climáticos (detendremos inversiones a tiempo)		
B.4.	La capacitación profesional nos permite estar preparados para posibles fallas de la infraestructura pública.		
C			
O – D		O – D	
OPORTUNIDADES		DEBILIDADES	
1	Ubicación en zona turística de alta rotación.	1	Al ser solo restaurante no competimos con hosterías de calidad
2	Ausencia de competencia directa.	2	Está ubicado a una hora y media de la residencia principal.
3	El Municipio construyo un parqueadero público a 50 m del restaurante	3	Personal de la zona poco calificado
4	Zona muy promocionada por autoridades públicas y particulares	4	Se tendría poca respuesta para emergencias operacionales por ser Mindo un pueblo.
CONCLUSIONES			
C.1.	Al estar cerca de Quito existen muchos PAX que visitan un solo día gracias a la promoción pública y privada que se da sola.		
C.2.	El riesgo de emergencias se siente poco porque no hay una competencia directa.		
C.3.	Por ser una zona turística el personal que será capacitado, será una guía de la zona dando un plus adicional.		
C.4.	El traslado semanal a una residencia secundaria a una hora y media de la principal, se hace entretenido y motiva por ser zona altamente turística.		
D			
O – A		O – A	
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1	Ubicación en zona turística de alta rotación.	1	Está creciendo oferta de servicios turísticos variados
2	Ausencia de competencia directa.	2	Copia del concepto (competencia directa a mediano plazo)
3	El Municipio construyo un parqueadero público a 50 m del restaurante	3	La afluencia de turistas depende de factores climáticos.
4	Zona muy promocionada por autoridades públicas y particulares	4	Infraestructura pública deficiente en el pueblo.
CONCLUSIONES			
D.1.	Por más que existan servicios variados siempre el turista llegará al parqueadero del municipio.		
D.2.	Las especialidades del Gallito Rojo se deberán mantener con calidad y aprovechar el tiempo que no tengamos competencia directa.		
D.3.	A pesar de los factores climáticos es una zona muy promocionada solo un demande en la carretera detendrá a los turistas de nuestro target		
D.4.	Se espera que los servicios públicos sigan mejorando por ser zona muy visitada.		

Fuente: La Autora

CAPITULO II

2 DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.1 Constitución de la Compañía del restaurante “El Gallito Rojo”

2.1.1 Tipo de compañía

Compañía limitada considerando tener un control adecuado, claro y eficiente sobre los socios y las aportaciones que cada uno haga a la compañía es necesario implementar la compañía de responsabilidad limitada, donde cada socio es esta limitado de acuerdo a la cantidad de participaciones con las que entro en la empresa y de la misma manera tendrá tanto obligaciones y beneficios en ese porcentaje. También es importante el requisito de unanimidad en la voluntad de los socios para que las aportaciones sean cedidas a un nuevo socio.

2.1.2 Determinación de Inversión de Constitución

El capital social que integrara esta compañía será de dos mil dólares con dos mil participaciones cada participación equivalente a un dólar, el aporte es hecho en efectivo en numerario y en su totalidad.

2.1.3 Registros

La superintendencia de compañías es el organismo que controla las actividades de la compañía limitada, en este caso “El Gallito Rojo CIA. LTDA.” Estaría bajo las disposiciones de la ley de compañía y de los estatutos de la propia empresa.

Así también la compañía debe sacar el registro único de contribuyente donde constara el objeto social, el domicilio, y un número en el que se identificara la empresa y se procederá hacer declaraciones de impuestos y la facturación correspondiente.

2.2 Requisitos

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia de RUC
- Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- Copia de papeleta de votación del representante legal
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo
- Permiso de funcionamiento dado por el Ministerio de Salud
- Certificado de funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- Carné de salud del personal que manipula alimentos
 - Requisitos:
 - Examen de sangre
 - Examen de orina
 - Examen de coproparacitario

2.2.1 Específicos

- Requisitos adicionales de acuerdo al tipo de empresario
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)

2.3 Rol de Pago Mensual

Cuadro 2.1 Rol de un Gerente de operaciones

Salario mínimo vital	264
Aporte al IESS empleado (9,35%)	24,68
Aporte patronal (11,8%)	31,15
Decimo tercero	22
Decimo cuarto	22
Vacaciones	11
Fondos de reserva (anual)	0
Beneficios de empresa	20
total	360,76

Fuente: Gabriela Gallo.

Cuadro 2.2 Rol de pago mensual del Staff

Salario mínimo vital	132
Aporte al IESS empleado (9,35%)	12,34
Aporte patronal (11,8%)	15,57
Decimo tercero	11
Decimo cuarto	22
Vacaciones	5.5
Fondos de reserva (anual)	0
Beneficios de empresa	20
total	218,41

Fuente: Gabriela Gallo.

2.4 Derechos de los trabajadores

2.4.1 Decimotercera Remuneración o Bono Navideño

Se trata de un ingreso adicional a que tiene derecho los empleados y trabajadores, de los sectores público y privado; su monto equivalente a la doceava parte de las remuneraciones percibidas por el trabajador durante el año calendario respectivamente.

La decimotercera remuneración se computa el período comprendido entre el 1 de diciembre anterior al 30 de noviembre del año posterior o año en que se pague, y debe ser satisfecho como tope máximo hasta el 24 de diciembre de cada año hasta las 12 de la noche. Esta no se toma en cuenta para aportes al IESS, no grava impuesto a la renta, no fono de reserva, ni jubilaciones, ni vacaciones, ni para el pago de indemnizaciones laborales.

2.4.2 Decimocuarta Remuneración o Bono Escolar

Los trabajadores percibirán, además, sin perjuicio de todas las remuneraciones a las que actualmente tienen derecho, una bonificación adicional anual equivalente a una remuneración básica mínima unificada de los trabajadores de servicio doméstico, respectivamente, vigentes a la fecha de pago, que será pagada hasta el 15 de marzo en las regiones de la Costa e Insular; y hasta el 15 de agosto de las regiones de la Sierra y Amazonía. Para el pago de esta bonificación se observará el régimen Escolar Adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales. Este inciso también debe ser pagado a los jubilados por sus empleadores, a los jubilados del IESS, pensionistas del Seguro Militar y de la policía Nacional.

2.4.3 Vacaciones Anuales

Todo trabajador o empleado tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de 15 días de descanso, incluido los días no laborables. La liquidación para pago de las vacaciones se hará en forma general y única, computando la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante un año completo de trabajo tomando en cuenta lo pagado al trabajador por horas ordinarias, suplementarias y extraordinarias de labor y toda otra retribución accesoria que haya tenido el carácter de normal en la empresa en el mismo período, como lo dispone el artículo 95 de este Código. Las vacaciones anuales constituyen un derecho irrenunciable que no puede ser compensado con su valor en dinero.

2.4.4 Utilidades para los Trabajadores

La participación de los trabajadores en utilidades de la empresa, es del 15% sobre el total de las utilidades líquidas, antes de pago de impuestos creación de reservas y se distribuye así:

El 10% se dividirá para los trabajadores en general sin considerar las remuneraciones recibidas, por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto.

El 5% por ciento será entregado a los trabajadores de la empresa, en porciones a sus cargas familiares, al cónyuge, hijos menores a 18 años y los hijos minusválidos de cualquier edad. El reparto se hará por intermedio de la asociación mayoritaria de los trabajadores, de no existir la entrega será inmediata.

2.5 Organización de la Empresa

La organización de empresas corresponde al proceso de planificación, organización, dirección y control de una empresa. De esta forma la empresa organiza de manera correcta los recursos humanos, financieros y materiales con los que dispone para alcanzar los objetivos deseados. Podemos encontrar varios modelos o estilos de organización. Uno de los aspectos de la organización es el establecimiento de departamentos, que designan un área o división en particular de una organización sobre la cual un administrador posee autoridad respecto del desempeño de actividades específicas, de acuerdo con su uso más general, los departamentos pueden ser producción, control de calidad, ventas, investigación de mercado.

2.6 Organización de “El Gallito Rojo”

El Gallito Rojo es una empresa de responsabilidad limitada, compuesta por dos familiares y un socio estratégico. La planificación, se realizara por lo socios en

equipo acordando metas y objetivos con plazos determinados y asignación de recursos. Ratificando en cada actividad que realicemos nuestra visión, misión y valores. Está planificado que El Gallito Rojo restaurante sea una PYMES para lograr los objetivos y metas trazadas manteniendo la organización requerida. La organización del restaurante será lo más práctica sin barreras burocráticas y con áreas de producción especializadas, siendo el área administrativa un soporte y una ayuda para el logro de metas individuales. La organización debe reflejarse en un ágil servicio con productos de calidad que culminan con la satisfacción del cliente. La dirección estará a cargo un administrador, quien tiene conocimientos de marketing, se maneja muy bien en la zona se encarga de hacer cumplir los objetivos económicos, obligaciones fiscales y mantener la obligación según lo planificado. Dentro de la dirección y con cierta independencia, pero bajo el administrador tenemos el jefe de cocina que es el director de producción y servicio. El control de la empresa será la revisión del cumplimiento de producción, servicio y rendimientos económicos cuatro veces al año sin tener fechas determinadas; adicionalmente el control será constante y basado en la visión, misión y valores tratando siempre que sea una ayuda para la dirección, mantenimiento de la organización de acuerdo a lo planificado con el objetivo de mejorar y no solo de fiscalizar.

2.7 Brigada de Trabajo

Cuadro 2.3 Brigada

ADMINISTRATIVO	Canto.
Administrador	1
Contador	1
PRODUCCIÓN	
Chef	1
Asistentes cocina	3
Stewart	1
SERVICIO	
Meseros	3
MANTENIMIENTO	
Personal de limpieza	2

Fuente: Gabriela Gallo.

2.8 Descripción de Funciones de Puestos de Trabajo

- **Administrador**
Persona encargada de la entera organización del negocio de A y B.
- **Contador**
Persona encargado de la parte contable del local.
- **Jefe de cocina**
Persona encargada de crear el menú y organizar todos los aspectos de esta área.
- **Jefe de meseros**
Persona encargada de recibir al cliente y organizar a los meseros.
- **Asistente de cocina**
Persona que se encarga de la preparación de cualquier cosa de la cocina.
- **Meseros**
Persona que se encarga de la atención al cliente.
- **Stewart**
Persona que se encarga de la polillera del la cocina únicamente.
- **Persona de limpieza**
Se encarga de que todo esté limpio en el local

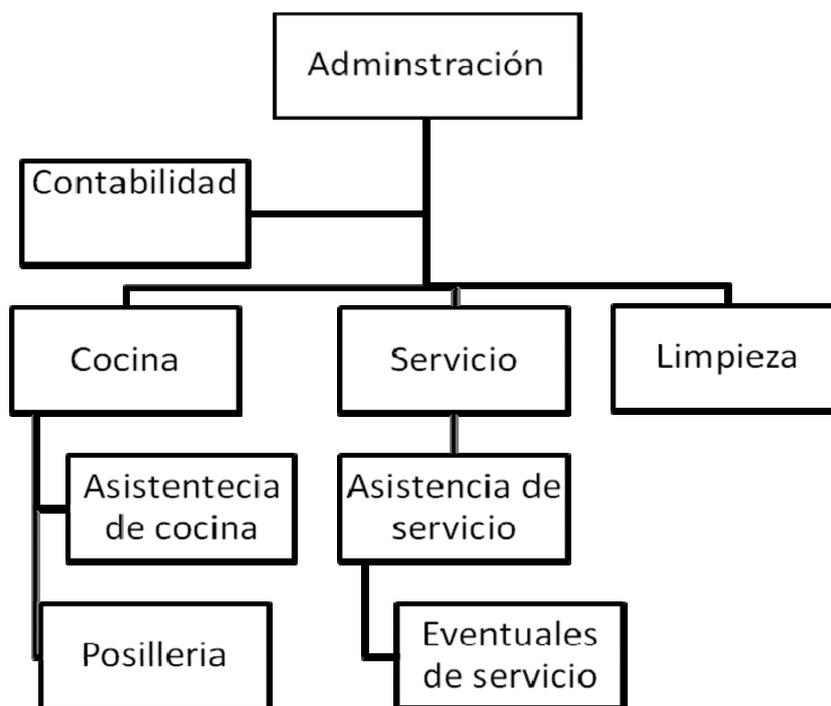
Cuadro 2.4 Sueldos y Salarios

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	CANTIDAD	SALARIO/PERSONA	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Jefe de Cocina (Chef)	1	500,00	6000	500
Asistentes cocina Jornada parcial (50%de280)	3	140,00	5040	420
Steward (Jornada parcial 50% de\$265)	1	132,5	1590	132,5
meseros (\$.120 /persona)	3	120	4320	360
Personal de limpieza (120/persona)	2	120	2880	240
Administrador - contador	1	300	3600	300
Contador	1	200	2400	200
TOTAL	12	216,07	25830	2152,5

Fuente: Gabriela Gallo.

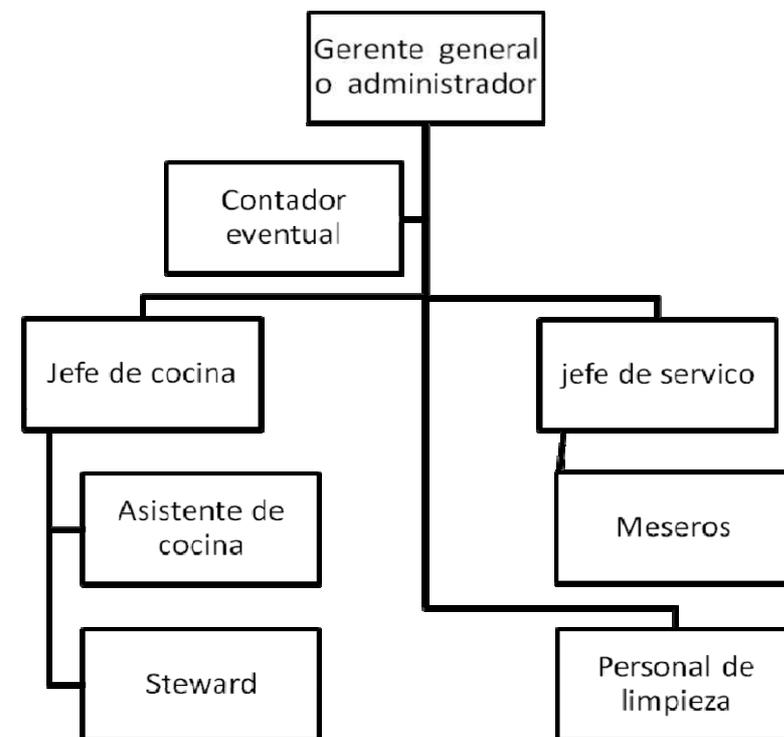
2.9 Organigrama

Gráfico 2.1 Organigrama Estructural



Fuente: Gabriela Gallo.

Gráfico 2.2 Organigrama Funcional



Fuente: Gabriela Gallo.

2.10 Políticas de la Empresa

2.10.1 Definición

Las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. Son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias. De esta forma decimos que las políticas son una herramienta para los empleados de una empresa. Estas pueden ser clasificadas en estrategias generales, taticas departamentales, operativas o específicas.

2.10.2 Importancia de las Políticas

- Facilitan la delegación de autoridad.
- Motivan y estimulan al personal al dejar a su libre arbitrio ciertas decisiones.
- Evitan pérdidas de tiempo a los superiores, al minimizar las consultas innecesarias que pueden hacer sus subordinados.
- Otorgan un margen de libertad para tomar decisiones en determinadas actividades.
- Contribuyen a lograr los objetivos de la empresa.
- Proporcionan uniformidad y estabilidad en las decisiones.
- Indican al personal como debe actuar en sus operaciones.
- Facilitan la inducción del nuevo personal.

2.10.3 Políticas de El Gallito Rojo

- Ingreso y salida del personal

El ingreso del personal será a la misma hora y totalmente uniformado según el área a la que corresponda, si el empleado necesita realizar actividades extras que no tengan relación con el trabajo deberán llegar antes para realizarlas. La salida de del personal deberá ser al haber concluido sus actividades. Esto no incluye si actividades extracurriculares que no tengan que ver con el trabajo.

- Rol de Pagos

Cada fin de meses se les pagara a todos los empleados el mismo día que se trabaje. La forma de pago es por depósito o transacción. Por esta misma razón todos los empleados deberán tener una cuenta bancaria para mayor seguridad de cada persona.

- Uniforme

Los empleados deben presentarse a trabajar con el uniforme completo y totalmente limpio según el área a la que pertenezca esto incluirá para el área de servicio el faldón, la malla, el gorro y la camiseta. Para el área de cocina la chaqueta, el pantalón, la pechera, la malla y el gorrito champiñón. Si el empleado no cumple cm esta política será llamando la atención con un memo.

- Servicio al cliente

El cliente deberá ser siempre recibido con una sonrisa y la bienvenida del restaurante. Cualquier queja que tenga el cliente tenga deberá ser atendida inmediatamente. Si el mesero o la persona que este atendiendo

la queja no puede con eso se llamara al administrador, ante todo, evitar confrontación con el cliente. Igualmente a la salida, se deberá realizar la despedida correspondiente.

- Cierre de cocina

Al terminar el turno la cocina debe terminar totalmente limpia, los electrodomésticos que no se estén usando deben ser desconectados. Cualquier producto que se puede dañar en el transcurso de la semana debe ser retirado de la refrigeradora o estantería. Ningún plato puede quedar sin lavar, los pisos limpios y todas las luces apagadas. Si no se cierra la cocina adecuadamente se llamará la atención con un memo.

- Uso y manejo de desperdicios

Toda materia prima que este por perecer deberá ser retirado de la cocina si no se le puede dar uso al mismo. De igual forma los desechos tendrán que ser divididos entre orgánicos e inorgánicos. Así los orgánicos podrán ser usados como compost. Y los desechos inorgánicos podrán ser clasificados y reciclados.

2.11 Uniformes

Los uniformes están divididos para el área de producción, en donde tendrán un uniforme especial para la producción dentro de cocina. Al igual que el área de servicio tendrá un uniforme que vaya con el lugar y se útil para el servicio. En los dos uniformes estará el logo de El Gallito Rojo en una zona visible lo que permitirá que el personal se identifique con la empresa.

Cuadro 2.5 Uniformes

Cocina			
Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
Chaqueta de cocina	6	15	90
Pantalón de cocina	6	15	90
faldón de cocina	6	7	42
Gorro de cocina	6	4,75	28,5
Malla para el pelo	6	1,1	6,6
Servicio			
pechera	6	7,5	45
Camiseta servicio	6	5,8	34,8
Gorro servicio	4	3,5	14
Malla para el pelo	6	1,1	6,6
		total	357,5

Fuente: Gabriela Gallo.

2.11.1 Diseño de los Uniformes

2.11.1.1 Servicio

El uniforme de servicio consta de una pechera con el logo del restaurante, una camiseta polo, malla para el cabello y una gorra también con el logo.

Gráfico 2.3 Diseño uniformes servicio



Fuente: Diseños Chef City

2.11.1.2 Cocina

Se usara en cocina una chaqueta de cocina blanca con diseño del restaurante con un faldón negro, pantalón de cocina a cuadros, malla para el pelo, gorro champiñón y zapatos antideslizante.

Gráfico 2.4 Diseño Uniformes Cocina



Fuente: Diseños Chef City

2.12 Creación de Estándares de Servicio

El restaurante va a tener un servicio tipo americano en el cual intervenga un mesero, el que va a tomar el pedido, traer los platos y cuando los comensales terminen, este los va a retirar.

El Gallito rojo particularmente va a ofrecer a sus clientes un aperitivo de cortesía, el cual el mesero debe entregar después de que el mismo les dé la bienvenida y les ubique en una mesa. Entregara la carta, sugerirá la especialidad de la casa y tomará el pedido. Llevará y recogerá los platos según sea el caso, en el transcurso de este tiempo, preguntara a los clientes si necesitan algo más y al final propondrá un postre o un bajativo para terminar. Desde que el cliente entra el mesero debe sonreír, estar bien presentado y ser

amable a toda hora. De esta forma se garantiza la estandarización del servicio dentro del restaurante.

CAPÍTULO III

3 MERCADOLOGÍA

3.1 Marketing Mix

3.1.1 Precio

La cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio; existen muchas formas de llegar a la cantidad basada en costos, utilidad del producto y necesidad que satisface, pero según analistas el precio correcto es el que el mercado puede o está dispuesto a pagar por él. En el caso del proyecto se llegó a los precios de la carta analizando los costos, los productos que se van a vender, costos operativos y el target de mercado al que vamos a dirigirnos aspirando a una justa utilidad.

3.1.2 Plaza

Plaza es el mercado al que va dirigido un producto o servicio por lo que el sector economía que hemos escogido en el proyecto es las familias de clase media y media-alta. La necesidad de recreación existe en todos los sectores sociales y económicos, pero según análisis, los hogares de renta media pueden pagar excelentes servicios ya que, concentran un 21,3% de los ingresos de las familias ecuatorianas, esto es dólares: 408,9 millones por mes, lo que representa dólares: 824,7 de ingreso promedio por familia, del cual destinan 28,6% a actividades recreativas y está comprobado en el mercado de Quito que buscan salir de la ciudad en fin de semana, feriados y vacaciones.

3.1.3 Producto

El producto es el bien o servicio que se oferta en el mercado, dentro de este proyecto se desarrolla en el área de alimentos y bebidas ofrecidos en El Gallito Rojo restaurante.

3.1.4 Promoción

La promoción son los canales utilizados para promover el restaurante, su servicio e instalaciones, los mismos que se dividen en estrategias de publicidad y vetas.

3.2 Imagen Corporativa

Es como el mercado percibe a una empresa y sus productos o servicios. El Gallito rojo cuenta con un diseño del logo, con colores y tipo de letra determinada, diseño interior, carta diseño, tarjetas personales; sobres, papelería y uniformes que conforma lo que sería la identidad corporativa del restaurante.

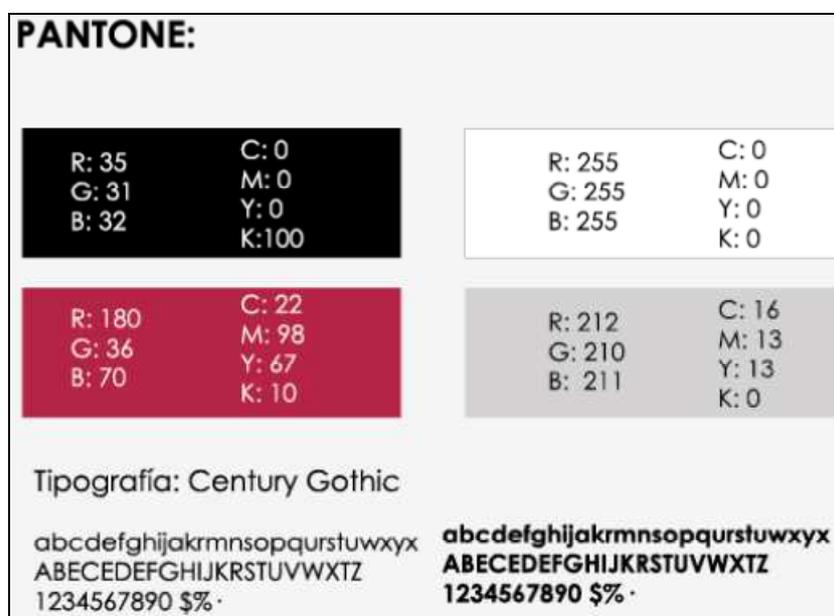
El nombre viene a partir de que en mi familia y personalmente considero que el apellido es bastante representativo y es la primera impresión que una persona se lleva de ti; suponiendo así que es tu carta de presentación. Por esta razón considero que el apellido como lo que en si este significa va a ser la imagen perfecta para un restaurante que brinda un servicio de calidad y un producto excepcional convirtiendo este en una experiencia inolvidable.

Otras de la razones por qué el gallo representa bien la imagen del restaurante es ya que encontramos una especie muy particular en la zona como es la del gallito de la peña o cookrok; resultando ser un gallo de coloración llamativa: rojo brillante en todo su cuerpo, a excepción de parte de sus alas y cola, que son negras. Las cuales se identifican en los colores del logo. Es un animal

muy popular en el lugar. Sin embargo, los gallos de la peña suelen ocultarse dentro de los bosques, por lo que resulta difícil observarlos. De esta manera se forma el nombre y el logo que representa a la empresa y todo lo que esta conforma.

Los colores que usamos resaltan en la naturaleza, creando armonía entre lo clásico y lo rustico que resulta ser la parroquia de Mindo. Con una ambientación calidad y diseño de una casa de hacienda, combinado colores y espacios, logrando transmitir al cliente la sensación de estar en casa.

Gráfico 3.1 Pantone



Fuente: Carolina Gallo

Gráfico 3.2 Logotipo



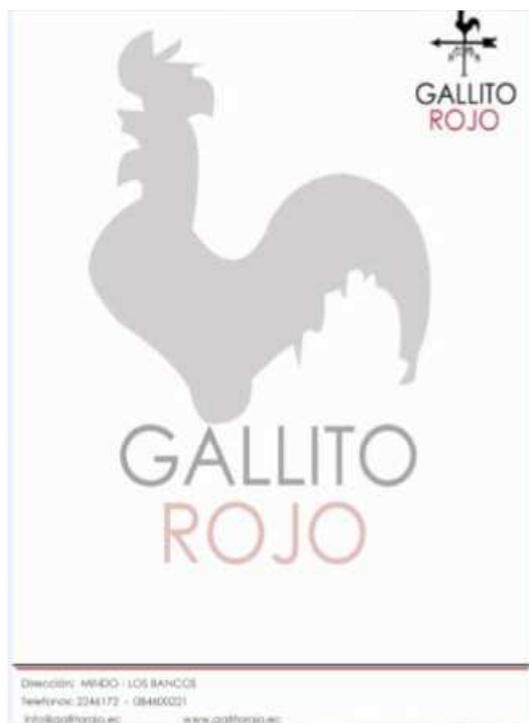
Fuente: Carolina Gallo

Gráfico 3.3 Tarjetas Personales



Fuente: Carolina Gallo

Gráfico 3.4 Hoja Membretada

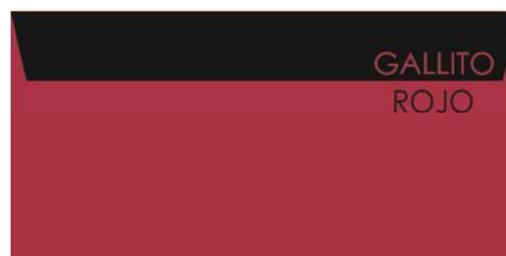


Fuente: Carolina Gallo

Gráfico 3.5 Sobre



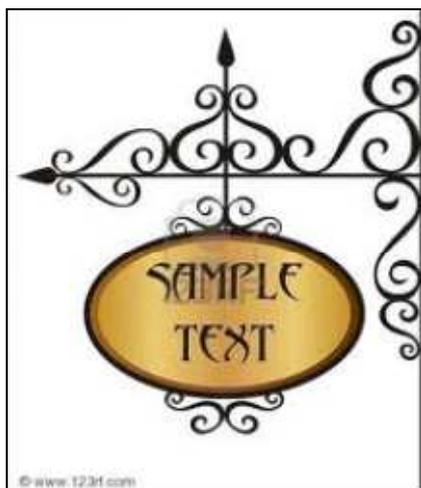
Fuente: Carolina Gallo



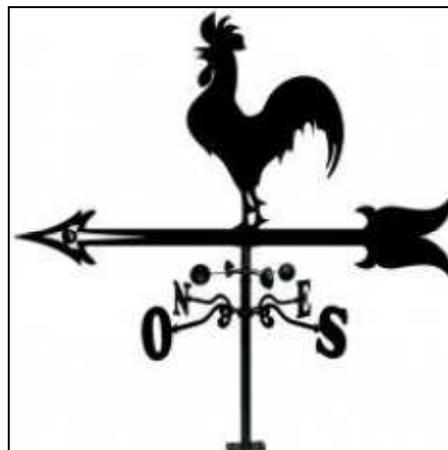
3.2.1 Descripción del Letrero

El letrero es de 1,5 metros por 90 centímetros, de hierro forjado negro que va estar apoyado en una pared vino tinto más un Gallito del tejado también de hierro forjado negro. El precio está incluido en la Identidad Corporativa.

Gráfico 3.6 Letrero



Fuente: Carolina Gallo



Cuadro 3.1

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
Logo y diseños	1	300	300
Menú	1	320	320
Papelería Básica*	1	155	155
Doc. Contables	1	75	75
Rotulo	1	500	500
		total	1350

Fuente: Gabriela Gallo.

Cuadro 3.2

Documentos Contables	Hojas A4 membretadas (500/año)	30
	Sobres (200/año)	25
	Tarjetas personales (1000/año)	100
	TOTAL	155
	Facturas sistema continuo en blanco	30
	Comprobantes de retención(200/año)	45
	TOTAL	75

Fuente: Gabriela Gallo.

3.3 Investigación de Mercado

Se realizó una encuesta en la ciudad de Quito y en la Parroquia de Mindo a 100 personas entre 18 a 70 años, del target al que está dirigiendo El Gallito Rojo, entendido entre la clase media, media-alta, obteniendo de esto los siguientes resultados:

3.3.1 Encuesta

Esta encuesta te tomara máximo 3 minutos, es un estudio en el cual vamos a medir la rentabilidad de poner un restaurante en la Parroquia de Mindo.

1. Con que frecuencia sale usted a comer a afuera con su familia (afuera se refiere a comer fuera de casa como por ejemplo un restaurante).
 - a) Diariamente
 - b) 2 veces a la semana
 - c) 3 veces
 - d) Solo en fin de semanas

2. Califique los siguientes aspectos en orden de importancia en las que usted se fija al momento de acudir a un restaurante acompañado de su familia.
 - a) Que la comida que se sirva este caliente y fresca
 - b) Que el menú presente suficiente variedad de productos
 - c) Que en el menú se incluya comida para los niños
 - d) Que el servicio resulte rápido y eficaz
 - e) Que los productos con los que se elaboren los platos sean orgánicos.

3. En escala del 1 al 5, donde 1 es "muy interesante" y 5 es "nada interesante". Califique que le parece que en la Parroquia de Mindo se abra un restaurante familiar en donde se coma al aire libre con productos de la zona, orgánica, rodeados de la naturaleza del lugar.

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) 4
- e) 5

4. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen más del restaurante antes mencionado? (puede escoger tres opciones)

- a) Decoración
- b) Ambiente
- c) El tipo de comida del lugar
- d) La gente
- e) La ubicación
- f) El servicio

5. ¿Qué le gustaría que exista en el ambiente del restaurante?

- a) Área de juegos para los niños
- b) Área para fumadores
- c) Espacios abiertos
- d) Jardines
- e) Huerto
- f) Todos los anteriores

6. ¿Según su preferencia que tipo de comida le gustaría encontrar en la Parroquia de Mindo?

- a) Nacional
- b) Internacional
- c) Cortes de Carnes
- d) Vegetariana
- e) Pastas (pizzas, spaghetti, lasañas).
- f) Todas las anteriores.

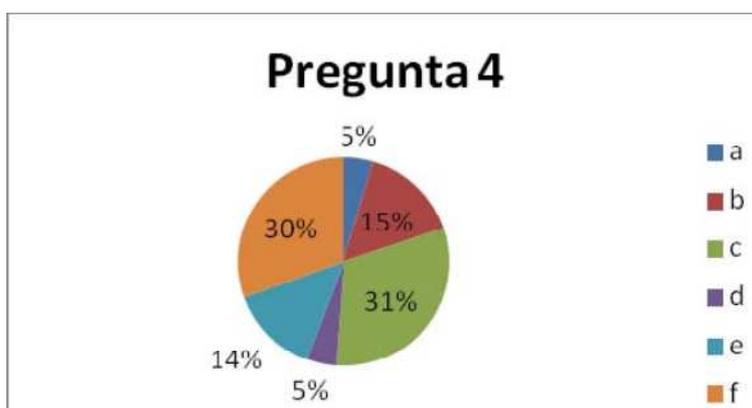
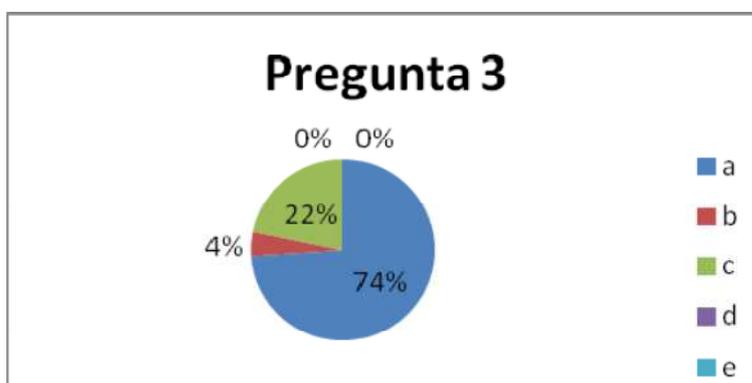
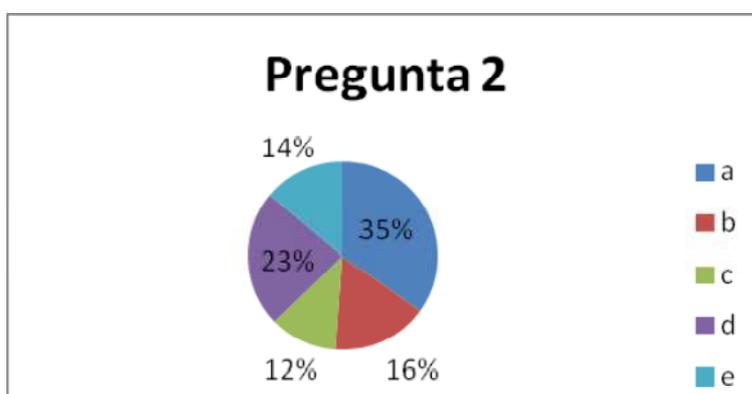
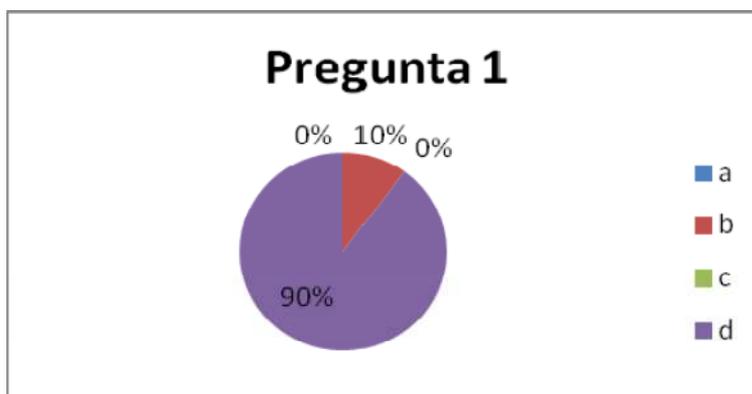
7. ¿Visitaría usted el restaurante si se tuviera que pagar \$10 por plato

- a) Muy probablemente
- b) Probablemente
- c) Es poco probable
- d) No es nada probable
- e) No lo se

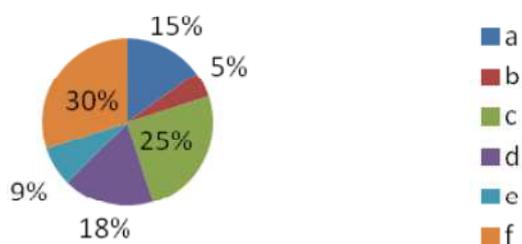
8. Partiendo de la base que el precio de este restaurante le pareciera aceptable... ¿qué probabilidad hay de que lo visitara?

- a) Lo visitaría en cuanto estuviese en el mercado
- b) Puede que lo visite en algún momento
- c) No creo que lo visite
- d) No lo visitaría nunca

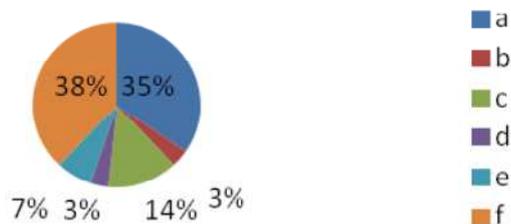
3.3.2 Resultados



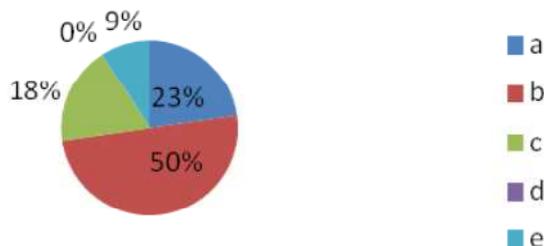
Pregunta 5



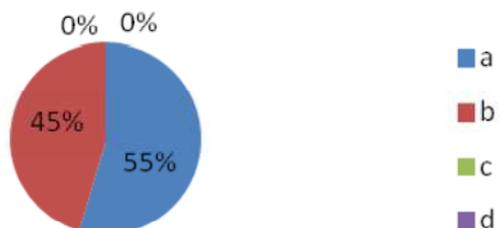
Pregunta 6



Pregunta 7



Pregunta 8



3.3.3 Análisis de la Investigación

El resultado de la encuesta nos permite analizar que en las diferentes zonas que concentramos la investigación las personas tienen el hábito de salir con su familia a comer fuera de casa los fines de semana.

También notamos que uno de los puntos más importantes cuando preguntamos qué era lo que se fijaba la gente dentro de la calidad en un restaurante, lo primero que escogieron fue que la comida este caliente y fresca, después que el servicio sea eficaz, que el menú presente variedad, que sea elaborado con productos orgánicos y por último que exista una parte dedicada para los niños y puedan elegir.

Preguntamos si les resultaría interesante que exista en Mindo un restaurante con las características de El Gallito Rojo y la mayoría de las respuestas fueron positivas.

Cuando les preguntamos cuales de los aspectos de un restaurante consideraban les atraía en un restaurante, lo primero que eligieron fue el tipo de comida que ofrecía el lugar, luego el servicio, después el ambiente y por último la decoración y la gente.

Al Gallito Rojo le interesa saber que le gustaría a su público que tuviera el ambiente del lugar; entre estas opciones teníamos área de juegos para niños, área de fumadores, espacios abiertos, jardines, huertos o todo lo anterior. El resultado por el que se inclinaba la mayoría era que existan todos los anteriores después eligieron espacios abiertos y jardines.

Se pregunto qué tipo de comida la gente preferiría en la Parroquia de Mindo, un 38% se inclino por que les gustaría una carta variada en la que existan todas las opciones expuestas y un 35% eligió la opción de comida nacional.

En el tema monetario se puso como opción que se paga \$ 10 por plato. La respuesta a esto fue probable, la segunda muy probable y la tercera poco probable.

Por último se pregunto si lo visitaría y el 55% de las personas respondieron que si lo visitarían y el 45% dijo que puede que lo visite en algún momento.

3.3.4 Conclusión de la Encuesta

Para El Gallito Rojo el resultado de estas encuestas es bastante favorable ya que se expone a breve rasgo lo que sería el restaurante y si le gustaría a nuestro cliente potencial. Tomando en cuenta que El Gallito Rojo es un restaurante que se abrirá solo en fin de semana y feriados, cuidando estándares de calidad, para todo público, donde se cuide la imagen, el confort y la exclusividad de un lugar como el que se ofrece, podemos decir que nuestro target está bien direccionado.

En el tema del tipo de comida que habrá, nuestra propuesta es bastante clara, queremos que sea un lugar donde no falte la variedad, que exista propuestas para todo tipo de cliente, que se rescate los productos de la zona dando a esta carta la oportunidad de ser nacional e internacional. Con esto podemos fusionar sabores y brindar una propuesta diferente al cliente.

Ya que es un restaurante exclusivo para cierto target, decimos que el precio al que potencialmente estamos dirigiéndonos es accesible. Incluso si tomamos en cuenta que Mindo resulta un espacio turístico que puede ser guiado para ser primera clase las personas están en posibilidad de pagar por servicio y calidad de este nivel.

Para las personas que dicen si visitarían el lugar, podemos decir que es un espacio muy atractivo en esta zona que no solo ofrece el servicio de restaurante sino también relaciona al cliente con la naturaleza y lo que esta ofrece. Satisfaciendo la necesidad completa de nuestro cliente al visitar Mindo.

3.4 Análisis de Mercado

Cuadro 3.1 Cuadro de Competencia

Restaurante populares	Ubicación	Tipo de comida	Mercado/Cliente	Observaciones
El Chef	avenida principal del pueblo	almuerzos hasta platos a la carta	todo tipo de turistas	con una mediana presentación del restaurante y ubicados al paso captan sus clientes
restaurante de comida criolla	dentro del pueblo	comida típica/más barata	turista medio-bajo	precios populares
Restaurante gourmet	se encuentra en una calle secundaria	comida gourmet	turista alto	Existe uno solo y es un restaurante de ciudad sin encajar en el lugar
Restaurantes en hosterías	alrededores del pueblo	comida internacional y local	Turista medio y medio alto	No son asequibles a todos, solo cliente que se hospede en el lugar
Lugares informales	dentro del pueblo	Pizza, panaderías y bares	Turistas jóvenes y mochileros	Comida al paso

Fuente: Gabriela Gallo.

3.4.1 Análisis de Cuadro de Competencia

Analizando el cuadro concluimos que es de gran oportunidad un restaurante dirigido al mercado escogido, antes indicado, ubicado en el pueblo armonizando con su decoración, presentación con el medio ambiente enlazando adicionalmente a un tema propio del lugar y exclusivo del restaurante como es la producción y venta del café gourmet.

3.4.2 Resultado de Ocupación

Un restaurante de las características que se ha planificado tendrá capacidad para cuarenta personas en ocho mesas, que por ser acoplado al campo tiene capacidad de expandirse, teniendo así una rotación de 300% por ocasión ya que tendremos acceso a las instalaciones del vivero de café y plantas ornamentales en general. Además de distracción campestre mientras la gente espera. Considerando que Mindo es un lugar turístico se tiene que hacer el análisis de temporada alta y temporada baja; por lo cual concluimos lo siguiente:

Temporada alta.- Esta comprende tres meses de vacaciones escolares y un promedio de seis feriados de tres días cada uno. Los tres meses son doce semanas con 2 días de fin de semana llegando a 24 días, que multiplicados por cuarenta personas de la capacidad que tenemos es igual a 960 pax que se atendería (100% de ocupación). Por ser temporada alta la rotación será de 2,5 por lo que el número de pax de vacaciones es de 2400 personas.

En los seis feriados con promedio de tres días cada uno tenemos 18 días, que multiplicados por cuarenta personas de la capacidad que tenemos es igual a 720 pax que se atendería (100% de ocupación). Por ser temporada alta la rotación será de 3 por lo que el número de pax de vacaciones es de 2160 personas que se atenderá.

El total de temporada alta es de 4560 que resultaría de la suma de vacaciones y feriados.

Temporada baja.- Esta se resume a los nueve meses restantes por cuatro fines de semana cada uno lo que nos da 36 menos los 6 feriados, quedaría 30 semanas por 2 días cada una; resultando 60 días, que multiplicados por cuarenta personas de la capacidad que tenemos es igual a 2400 pax que se atendería (100% de ocupación). Por ser temporada baja aspiramos que nuestra capacidad llegue al 80% de ocupación, dando un total por temporada baja de 1920 pax personas.

Días Laborables

Hasta aquí solo se ha tomado en cuenta los fin de semanas y feriados que serán los días que estarán abiertos al público en general, por lo que queda del año un universo de días laborables de 5 por 50 semanas total de 250 días que mercadeados a través de agencias de viaje, directo a empresas y entidades educativas nos proyectamos a atender al 100% de ocupación 50 días para eventos exclusivos que por 40 de nuestra capacidad tenemos una capacidad de 2000 pax por días laborables.

TOTAL PAX AL AÑO 8480

3.5 Barreras de Entrada

- En el Ecuador existe una inestabilidad política que se evidencia tan solo mirando la historia diez años atrás. Por lo cual la sociedad ecuatoriana se ha acostumbrado vivir, sobrevivir y continuar viviendo después de las crisis que siempre han afectado por temporadas cortas por poco tiempo. Como conclusión se puede decir que esto no afectara en el desarrollo del proyecto.

- La inestabilidad política del país nos ha llevado a una inseguridad jurídica y fiscal por lo que grandes trasnacionales han reducido su inversión o han salido del país o no tienen intención de venir por lo que no es un fenómeno que afecte directamente a nuestro proyecto a pesar que el área administrativa debe estar muy pendiente de los cambios en políticas de impuestos y permisos.
- La crisis económica internacional por la que atraviesa el mundo ha afectado la economía del país, pero en el área de nuestro proyecto y más que nada por el target que hemos enfocado nuestro negocio no se ve que afecte nuestras proyecciones.
- En el proyecto encontramos que el mercado no está saturado puesto que el sector turístico está en expansión y no existe una oferta especializada.

3.6 Incentivos o Promociones

Dentro de los incentivos o promociones tenemos planes para atraer al cliente utilizando nuestro producto estrella que es el café por lo que ofreceremos la degustación totalmente gratis. Adicionalmente utilizaremos las instalaciones y decoración para que el cliente se sienta cómodo, atraído por el sitio y consuma nuestros productos.

Dentro de nuestra publicidad utilizaremos siempre estas promociones con frases agresivas de venta como: “le esperamos ahora”, “el menú de los niños es gratis”, etc.

Los precios de nuestro producto ofrecidos con calidad de servicio en instalaciones totalmente atractivas obtienen la satisfacción del cliente causando un costo beneficio superior al esperado por los turistas.

3.7 Fidelidad hacia el Cliente

Consientes que nuestros clientes son sensibles a cada detalle que estén expuestos en el restaurante, fidelidad debe ser una tarea que se concentre en varios puntos. Entre ellos tenemos la percepción del servicio, esta debe ser excelente, el cliente debe sentirse cómodo y muy bien atendido, de esta forma el cliente va a regresar porque sabe que El Gallito es el restaurante en Mindo donde se va a sentir más cómodo, con la garantía de un buen servicio.

Otro punto que es muy importante para que un cliente no dude en regresar a nuestro local es la calidad de nuestro producto y la cantidad también. El sabor de nuestros platos, la calidad de materia prima que se use debe ser de primera calidad. Así el cliente va a querer regresar ya que sabe que en el Gallito Rojo siempre encontrara buena comida con un buen estándar de calidad.

La limpieza del restaurante, las diferentes áreas de recreación, el ambiente familiar y seguro, resultan factores claves para que nuestro cliente vuelva a vivir la experiencia de comer en este inolvidable lugar.

Fidelidad al cliente también tiene que ver con que mas podemos ofrecer a nuestro cliente para que nos prefiera. Por esta razón, realizar cupones con cierta cantidad de casillas que se vayan llenando según las veces que vayan visitando el restaurante para que al final puedan reclamar un premio, este puede variar entre un almuerzo hasta algún paseo por la zona todo pagado.

Tener una base de datos de nuestros clientes puede resultar de gran ayuda para poderles comunicar las promociones, eventos, felicitar por su cumpleaños, navidad, año nuevo. Así nuestros clientes sabrán que siempre estamos atentos de ellos. También nos sirve para hacer encuestas de satisfacción, o de quejas. Tener una comunicación abierta con ellos.

Crear alianza con empresas turísticas que realicen tours a Mindo. De esta manera nos encargaremos de la parte de alimentos y bebidas en el tour. Se

puede hacer alianza con las personas de la zona que realizan actividades de turismo de aventura que finalicen con una comida en El Gallito Rojo.

3.8 Plan de Mercadeo

1. Por ser una zona turística tendremos eventos especiales por temporada con artistas en vivo que se realizarán según las fechas de feriado. Carnaval, Día de la madre, Semana Santa, fechas patrias etc. De acuerdo al análisis de mercadeo donde determinamos temporada alta al periodo de vacaciones, los aprovecharemos con la siguiente estrategia.
2. Visita a entidades educativas para promocionar el sitio para paseos escolares de fin de año, los mismos que servirán como publicidad para las familias de los alumnos.
3. En temporada baja que son solo los fines de semana, captaremos al turista en sitio con volantes entregados directamente a quienes creemos que es nuestro target, guiados por su apariencia a través del vehículo o presencia personal. Adicionalmente captaremos visitantes continuos, propietarios de fincas de fin de semana con los que haremos acercamientos directos.
4. Para promover las ventas en los días laborables del año se seleccionara empresas privadas de alto nivel para llegar a través del internet a todos los empleados con el fin de captar eventos especiales para grupos ejecutivos haciendo asociaciones estratégicas con hosterías del sector.
5. La promoción a través de nuestros visitantes conocida como boca a boca la impulsaremos implementado una encuesta de satisfacción donde pediremos sus datos y la de un referido a quienes puedan recomendarnos.

3.9 La Hora de la Verdad

El Gallito Rojo restaurante será principalmente un local de fin de semana, feriados, vacaciones en general y se abrirá a eventos especiales previa contratación en días laborables. Principalmente atenderemos en el medio día, pero por estar abiertos desde las once de la mañana hasta las seis de la tarde ofreceremos los snacks que se servirán prácticamente al paso al momento que abrimos a partir de las cuatro de la tarde.

El personal estará completamente uniformado, será capacitado en atención al cliente técnicamente en manejo de vajilla, cubiertos, y presentación de los productos; adicionalmente ellos promoverán las instalaciones para aquellos clientes que por estar a su 100% de su capacidad puedan entretenerse mientras esperan.

En la cocina el manejo de los productos y equipos como la limpieza serán supervisados constantemente con normas HASAP. Se tomaran en cuenta tiempos entre cada plato, obteniendo así un servicio más rápido y la satisfacción total del cliente. Al igual que los tiempos de cocción y de seguridad de los alimentos. Tendremos procesos de sostenibilidad. Se trabajará bajo recetas estándar de esta forma aseguramos seguridad alimentaria, procesos responsables y costos controlables.

En la cocina vamos a tener como muebles y equipos principales 3 mesones forrados de acero inoxidable, con gavetas en la parte inferior para guardar batería de cocina de 3,5 metros de largo y 90 centímetros con barredera superiores. Tendrá un posicionamiento de los muebles básicos en forma de triangulo de esta forma se garantiza la eficiencia del uso del espacio en la cocina. También tenemos el área que se manejaría calientes, como freidora de dos canastas, una plancha de un metro por setenta centímetro. La zona de limpieza estará equipada por dos pozos con su respectiva trampa de grasa.

La decoración del restaurante se concentra en ser campestre pero elegante al mismo tiempo.

- Las mesas estarán vestidas con un mantel blanco base y un sobre-mantel de diseño otavaleño de colores.
- Se colocara en las mesas servilletas de tela blanca, copas y una botella de vino tinto como opción para el cliente.
- Las mesas serán cuadradas para cuatro personas en madera rústica.
- Para mantener la línea ambientalista, los arboles estarán decorados con origami y los árboles frutales que crearan una armonía perfecta entre el restaurante y su entorno.
- Para los eventos de la noche se decoraran con luces de colores blancas y antorchas, pues el restaurante quiere enfocarse en eventos nocturnos.
- Ya que el restaurante se quiere enfocar en el entorno natural la decoración no es muy cargada.
- La decoración de la cocina tendrá connotaciones autóctonas con toques delicados y detalles que serán propios de nuestra cultura. Dentro del menaje del restaurante contaremos con vajilla artesanal de la provincia de Cotopaxi.
- El horno de barro formara parte importante de la decoración junto con la parrilla como se muestra en el plano.

CAPÍTULO IV

4 OFERTA GASTRONÓMICA

El Gallito Rojo por tener una fusión de comida típica italiana, belga y de por supuesto ecuatoriana se podría decir que la carta es básicamente internacional dando así variedad de opciones al cliente y este pueda sentirse cómodo para elegir lo que más le guste o le llame la atención. Como producto estrella se utilizara el Café en muchas de las recetas destacando así este producto que es propio del lugar y exclusivo de los accionistas del restaurante.

4.1 Carta

La carta es un documento ofrecido en los restaurantes en el que se muestra a los clientes una secuencia o lista de posibles opciones disponibles para un cliente. El menú puede estructurarse en platos por tipologías de contenido o por tipo de cocción. Existen menús con la misma funcionalidad y especializados en temas como vinos, cafés o postres.

4.2 Diseño de la Carta

Gráfico 4.1



Fuente: Carolina Gallo

4.3 Descripción

Entradas:

- **Picaditas de empanadas** **\$3,00**
Combinación de empanadas de plátano verde, morocho y de maíz acompañada de una salsa de ají.

- **Ceviche de chocho o palmito** **\$ 2,50**
Los chochos o palmitos servidos en una base de zumo de tomate, limón, cebolla y cilantro finamente cortados.

- **Ceviche de camarón** **\$ 3,50**
Frescos camarón de las costas ecuatorianas en una base de zumo de tomate, limón, cebolla, cilantro con su toque secreto.

- **Ensalada mil colores** **\$ 5,50**
Porción mediana de diferentes vegetales frescos del propio huerto acompañado de pollo o finas lonjas de atún especial.

Sopas:

- **Locro de queso** **\$3,00**
Exquisita crema de papa acompañado de una porción maíz tostado y aguacate.

- **Crema de zanahoria** **\$3,00**
Delicioso crema de zanahoria acompañada con pequeños crutones.

Platos principales:

Carnes:

- **Lomo en salsa de champiñones** **\$8,00**
Jugoso lomo fino bañado en salsa de champiñones salteados y vino tinto.

- **Lomo en salsa con fino aroma de café** **\$8,50**
Jugoso lomo fino con aroma de nuestro propio café gourmet.

- **Pollo en salsa de durazno y piña** **\$7,00**
Filete de pollo a la plancha acompañado de una deliciosa salsa de piña y durazno con una toque de vino blanco.

- **Trucha en salsa de albahaca** **\$ 6,50**
Filete de trucha de la zona con salsa de albahaca fresca de la huerta.

- **Trucha al horno con finas hierbas** **\$6,50**
Filete de trucha de la zona cocinada con finas hierbas a horno de leña.

Guarniciones de Carnes

- Puré de papas
- Papas fritas
- Yucas fritas
- Porción de arroz

- Todos los platos se acompañan con una porción de ensalada.

Pastas:

- **Lasaña a la boloñesa** **\$7,00**
Porción de pasta de la casa con salsa boloñesa con finas hierbas.
- **Lasaña vegetariana** **\$6,50**
Porción de pasta de la casa con salsa de vegetales seleccionados del huerto.
- **Spaguetti Alfredo, Boloñesa o vegetariana** **\$6,50**
Porción de pasta fetuccini de la casa con variedad de salsa a su elección.
- **Pizza de la casa** **\$6,50**
Masa estándar, gruesa o fina con queso, pimienta, tomate, cebolla, jamón, pepperoni, champiñones piña con dos ingredientes a su elección.

Guarnición para Pasta

- Se acompaña con pan de ajo y una ensalada

Menú de Niños Carita feliz **\$4,00**

- Pizza de dos ingredientes
 Se acompaña con papas *fritas* o chips y una pequeña ensalada
- Postre sorpresa
- Una bebida

Menú de Niños Bugs Bunny \$4,00

- Arroz con zanahoria y salchicha parrillera
Se acompaña con papas fritas y una ensalada pequeña
- Postre sorpresa
- Una bebida

Postres.

- Helado natural de frutas. \$1,80
- Tres leches \$2,00
- Tiramisú \$2,00
- Torta húmeda de chocolate \$1,80
- Ensalada de frutas \$1,80

Bebidas Frías:

- Jugos naturales \$1,50
- Té helado \$1,50
- Gaseosas \$1,00
- Agua con gas o sin gas \$0,80

Bebidas Calientes:

- Cafés
 - Cappuccino tradicional \$1,50
 - Cappuccino almendrado \$1,50
 - Mocaccino \$1,60
 - Americano \$1,25
 - Espresso con café arábica gourmet \$1,00
 - Aguas aromáticas \$1,00

Bebidas alcohólica:

- Cerveza pequeña \$1,50
- Cerveza grande \$2,25
- Copa de Sambuca flameada. \$3,00
- Copa de Kahlua \$3,00

Vinos:

- Copa de Vino tinto \$3,50
- Copa de Vino Blanco \$3,00

4.4 Productos de la Carta

En la carta encontramos algunos productos que se encuentran en la zona, ya que de esta manera el restaurante se asegura en primer lugar de su frescura, en esto el restaurante se compromete en tener productos orgánicos en su mayoría y saber de su procedencia. Al contar con un excelente clima, el crecimiento de vegetales es garantizado. Por esta razón se implementara en el lugar un huerto en el que se siembre los vegetales que necesitemos para la preparación de los platos de la carta.

Otra de las razones por las cuales es muy importante que tengamos en nuestra carta productos de la zona, es ya que así podemos dar a conocer lo que crece en esta parte del Ecuador incentivando al consumidor comer productos nuestros. Entre estos se encuentran productos como la trucha, la yuca, el café; aunque este no sea propio del Ecuador, su producción es bastante bien en esta lugar ya que se encuentra en la altura y clima apropiado para la proliferación de este producto, convirtiéndolo en uno de los mejores del país y entre los mejores puestos de reconocimiento en el mundo. Este es un dato que no todos los ecuatorianos sabemos, ya que por lo general nuestro café es de exportación y

solo se compra el café colombiano creando muy pocas posibilidades de venta dentro del propio país.

Según se pueda evolucionar la carta también tenemos opción de aumentar productos de la zona en otros platos del restaurante, de esta forma seremos embajadores de nuestros propios productos del lugar y del Ecuador.

CAPÍTULO V

5 RECETA ESTÁNDAR

Es una lista detallada de todos los ingredientes necesarios para la preparación de un alimento, la cual además de tener los ingredientes, también, debe incluir cantidades, la unidad que se utiliza para medir la cantidad, el costo unitario y el costo total si serían necesarios. Como parte fundamental de una receta estándar es el nombre de la receta, el número de pax de la receta, código de la receta, foto, tiempo de cocción y peso total, el uso de ellas depende del formato que se quiera hacer. La receta estándar es una guía que permite a la persona que las va usar tener el mismo resultado siempre que se aplique la receta. En un restaurante permite llevar así la contabilidad de costos y pesos exactos que se usa en cada plato, de esta forma se evita que no sea la misma calidad o que se cometan desperdicios.

5.1 Descripción de Recetas Estándar

En esta parte tiene que ir numerado de los cuadro de las recetas, adjunto recetas originales

Cuadro 5.1

Nombre de la receta: Ceviche de Camarón					
Código de la receta: 002					
Cantidad de porciones: 1 pax					
Peso por porción: 150g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES				PROCEDIMIENTO	
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Colocamos un una olla de agua en ebullición
Camarón	50	g	0,77		los camarones que estuvieron
pimiento verde	10	g	0,011		previamente limpios,
pimiento rojo	10	g	0,0064		marinándose con salsa inglesa , sal y
tomate concase	20	g	0,06		pimenta. Dejamos por dos minutos en
zumo de tomate riñón	15	g	0,06		temperatura de pochado hasta que estén
limón sutil	20	g	0,019		bien cocidos y con un color rosado.
naranja	15	g	0,018		Picamos los pimientos en brunoise al igual
cilantro	3	g	0,012		que el tomate y la cebolla en fina juliana.
mostaza	1	g	0,004		Colocamos en un bowl los pimientos, la
salsa inglesa	2	g	0,015		cebolla, el camarón, el tomate, el jugo del
plátano verde	30	g	0,1		limón, el jugo de la naranja, la mostaza, el
maíz tostado	20	g	0,05		zumo del tomate y la salsa de tomate.
aceite	40	ml	0,04		Incorporamos un 150ml del agua donde se
cebolla patena	20	g	0,019		Cocino el camarón. Aumentamos el
sal pimienta	3	g	0,008		cilantro bien picado. Rectificamos con sal
					Y pimienta al gusto. Servir frio con
	total		1,1924		patacones y maíz tostado.

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.2

Nombre de la receta: Picaditas de empanadas					
Código de la receta: 001					
Cantidad de porciones: 4 pax					
Peso por porción: 150g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES				PROCEDIMIENTO	
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Colocamos una olla los verdes cortados
Empanada de verde					en cuartos pero con cascara, el aceite de
plátano verde	37	g	0,037		achiote, cebolla blanca cortada finamente.
aceite de achiote	20	ml	0,014		Dejamos que se cocine hasta que el verde
cebolla blanca	5	g	0,0056		este listo, y se desprenda sola la cascara.
queso manaba	30	g	0,15		Pasamos por el molino formando una masa
sal pimienta			0,002		con el liquido en el que se cocino el verde.
Empanada de morocho					estiramos la masa sobre un plástico aceitado
masa de morocho	50	g	0,09		para que no se pegue. Colocamos en el medio
carne molida	20	g	0,12		el queso rayado y lo cerramos. Freímos a
zanahoria	5	g	0,002		profundidad hasta que se dore.
arroz	5	g	0,005		
alverja	5	g	0,004		Para el relleno hacemos un salteado de cebolla
aceite de achiote	5	ml	0,007		con la carne la zanahoria cortada en brunoise,
cebolla perla	20	g	0,012		la alverja previamente cocida y el arroz cocido .
sal pimienta			0,008		Para la masa, colocamos sal a la masa. Estiramos la
					masa en un plástico con aceite y colocamos el
Empanada de maíz					relleno, cerramos. Freímos en fritura de
maisabrosa	30	g	0,07		inmersión.
carne mechada	20	g	0,012		
puré de papa	20	g	0,01		Para la masa mezclamos la maisabrosa con la leche,
cebolla blanca	10	g	0,006		la mantequilla y la crema de leche con la sal
aceite de achiote	10	ml	0,03		y pimienta hasta que se forme una masa que se
cilantro	2	g	0,008		despegue de los dedos.
sal pimienta			0,008		Para el relleno, hacemos un salteado con aceite
leche	10	ml	0,015		de achiote, cebolla blanca con la carne y a esto añá
mantequilla	10	g	0,012		dimos al puré de papa con el cilantro bien picado.
					Estiramos la masa en un plástico con aceite,
	Total		0,63		colocamos el relleno, cerramos. Freímos.

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.3

Nombre de la receta: Locro de Queso					
Código de la receta: 003					
Cantidad de porciones: 4 pax					
Peso por porción: 150g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costos	Observaciones	Colocamos en una olla la mitad de las papas
papa chola	100	g	0,068		cortadas en dados medianos con la cebolla blanca
cebolla blanca	10	g	0,01		el achiote y el ajo. Dejamos que la papa se deshaga
aceite de achiote	5	ml	0,002		y ponemos agua. Colocamos el resto de las papas
ajo	3	g	0,009		y por ultimo cuando la papa que pusimos este casi
queso fresco	20	g	0,04		lista colocamos la leche. Dejamos que espese.
leche	60	ml	0,04		Acompañamos con queso fresco y aguacate.
aguacate	25	g	0,028		
maíz tostado	5	g	0,05		
sal			0,008		
	Total		0,26		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.4

Nombre de la receta: Lomo en salsa de Champiñones					
Código de la receta: pc001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 250g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Sellamos el steak en la parrilla con sal y pimienta;
steak	200	g	2,39	Se acompaña d	terminamos su cocción en el horno de leña.
cebolla perla	20	g	0,02	la guarnición	Para la salsa, ponemos en una sartén con un poco
aceite	2	ml	0,02	que prefiera el	de aceite la cebolla cortada en brunoise, después
champiñones	20	g	0,045	cliente y con un	los champiñones en slide. Añadimos un chorrito de
crema de leche	20	ml	0,06	ensalada de la	vino tinto. Colocamos fondo hasta que se reduzca
vino tinto	7	ml	0,17	casa.	y colocamos la crema de leche. Rectificamos.
fondo de carne	25	ml	0,025		
sal y pimienta			0,008		
	Total		2,74		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.5

Nombre de la receta: Pollo en salsa de Piña y Durazno					
Código de la receta: pc002					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 250g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Colocamos el pollo en la parrilla con sal y pimienta;
pechuga de pollo	150	g	1,26	Se acompaña d	Para la salsa, ponemos en una sartén con un poco
cebolla perla	20	g	0,02	la guarnición	de aceite la cebolla cortada en brunoise, después
aceite	10	ml	0,02	que prefiera el	la piña y el durazno en dados pequeños.
piña	20	g	0,04	cliente y con un	Añadimos un chorrito de vino blanco.
durazno	20	g	0,04	ensalada de la	Colocamos fondo y el slurry hasta que espese.
vino blanco	7	ml	0,017	casa.	Rectificamos
fondo de pollo	25	ml	0,025		
slurry	10	g	0,05		
sal y pimienta			0,008		
	Total		1,48		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.6

Nombre de la receta: Trucha en salsa de albahaca					
Código de la receta: pc003					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 150g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Pasamos la trucha por limón, sal, pimienta, y enharinamos. Freímos la trucha hasta que este bien dorada. Salteamos la cebolla con la albahaca y el ajo, Colocamos el fondo y dejamos que se reduzca un poco del líquido, sal, pimienta. Licuamos, dejamos reducir la salsa ya licuada y colocamos encima de la trucha.
filete de trucha	150	g	1	Se acompaña de	
albahaca	10	g	0,05	la guarnición	
aceite	5	ml	0,02	que prefiera el	
fondo de pollo	25	ml	0,025	cliente y con un	
sal y pimienta			0,008	ensalada de la	
ajo	0,5	g	0,003	casa.	
vino blanco	10	ml	0,025		
limón	10	g	0,006		
cebolla perla	10	g	0,012	brunoisse	
	Total		1,1492		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.7

Nombre de la receta: Lasaña de Carne					
Código de la receta: pp001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 200g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	En una olla con agua en ebullición con sal y aceite colocamos la pasta de la lasaña. En un sartén se con un 10 gr de aceite ponemos la mitad de la cebolla cortada en brunoisse. Salteamos y ponemos el tomate concase, añadimos la carne molina. Esperamos que se cocine y aumentamos la pasta de tomate. Colocamos la albahaca y rectificamos. Realizamos una salsa bechamel. Armamos la lasaña y terminamos la cocción en horno de leña hasta que el queso este totalmente derretido.
pasta de lasaña	50	g	0,17	Se acompaña de	
carne molida	100	g	0,62	la guarnición	
pasta de tomate	40	g	0,1	que prefiera el	
cebolla perla	25	g	0,03	cliente y con un	
albahaca	10	g	0,01	ensalada de la	
tomate riñón	20	g	0,017	casa.	
queso	40	g	0,6		
leche	100	ml	0,1		
harina	20	g	0,016		
mantequilla	20	g	0,014		
sal, pimienta, especias	c/n		0,014		
aceite	20	g	0,02		
	Total		1,711		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.8

Nombre de la receta: Lasaña de Vegetariana					
Código de la receta: pp001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 200g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	En una olla con agua en ebullición con sal y aceite colocamos la pasta de la lasaña. En un sartén se con un 10 gr de aceite ponemos la mitad de la cebolla cortada en brunoisse. Salteamos y ponemos los suquinis y la zanahoria blanqueada. Colocamos por ultimo los champiñones y juntamos con la salsa bechamel rectificamos. Armamos la lasaña y terminamos la cocción en horno de leña hasta que el queso este totalmente derretido.
pasta de lasaña	50	g	0,17	Se acompaña de	
zanahoria	100	g	0,04	la guarnición	
zuquini	40	g	0,094	que prefiera el	
cebolla perla	25	g	0,025	cliente y con un	
albahaca	10	g	0,02	ensalada de la	
champiñones	20	g	0,045	casa.	
queso	40	g	0,6		
leche	100	ml	0,037		
harina	20	g	0,032		
mantequilla	20	g	0,012		
sal, pimienta, especias	c/n		0,014		
aceite	20	ml	0,02		
	Total		1,109		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.9

Nombre de la receta: Spaguetti a la boloñesa					
Código de la receta: pp003					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 250g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	En una olla con agua en ebullición con sal y aceite colocamos el fetuccini. En un sartén se con un 10 gr de aceite ponemos la mitad de la cebolla cortada en brunoise. Saltea que prefiera el cliente y con un ensalada de la carne molina. Esperamos que se cocine y aumentamos la pasta de tomate. Colocamos la albahaca y rectificamos. Servimos.
pasta de fetuccini	50	g	0,25	Se acompaña d	
carne molida	100	g	0,62	la guarnición	
pasta de tomate	40	g	0,1	que prefiera el	
cebolla perla	25	g	0,02	cliente y con un	
albahaca	10	g	0,01	ensalada de la	
tomate riñón	20	g	0,017	casa.	
queso	40	g	0,4		
aceite	20	ml	0,02		
sal, pimienta, especias	c/n		0,014		
	Total		1,451		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.10

Nombre de la receta: Tiramisú					
Código de la receta: po001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 80 g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Batimos las claras con la mitad del azúcar en punto de nieve. En otro bowl batimos las yemas con el resto del azúcar a punto de letra. Aumentamos vainilla para dar sabor. Mezclamos el queso mascarpone con las yemas. Batimos la crema de leche incorporamos a la mezcla y por último incorporamos las claras montadas. Remojamos las bizcotelas en el café disuelto con el licor de cacao. Armamos el tiramisú.
azúcar	35	g	0,02		
crema de leche	50	ml	0,17		
queso mascarpone	50	g	0,1		
cacao en polvo	25	g	0,03		
huevos	1,5	u	0,26		
bizcotelas	50	g	0,22		
café	20	g	0,015		
licor de cacao	5	ml	0,1		
vainilla	1	ml	0,001		
	Total		0,916		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.11

Nombre de la receta: Tres leches					
Código de la receta: po002					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 80 g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Realizamos un bizcochuelo con la harina, los huevos el azúcar y la mantequilla. Mezclamos la mitad de la leche que nos queda con la leche evaporada y la leche condensada. Cuando el bizcochuelo este frío con un tenedor hacemos huequitos y colocamos la mezcla de las leches. Dejamos que se absorba. Hacemos un merengue y colocamos encima del bizcochuelo.
azúcar	35	g	0,02		
harina	50	g	0,12		
leche	10	ml	0,074		
huevos	1,5	u	0,16		
mantequilla	15	g	0,09		
leche evaporada	50	ml	0,08		
leche condensada	35	ml	0,07		
vainilla	3	g	0,002		
	Total		0,616		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.12

Nombre de la receta: Ensalada de frutas					
Código de la receta: po002					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 80 g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Cortamos las fresas en slides la sandía, la papaya la manzana, piña, pera y melón en dados medianos
fresas	15	g	0,07		A la naranja le cortamos en gajos la mitad y el resto lo exprimimos sobre la ensalada y por último
sandía	15	g	0,036		cortamos las uvas por la mitad. Batimos crema de
papaya	15	g	0,06		leche y al momento de montar se coloca un pequeño
uvas	15	g	0,09		espiral de crema con mermelada encima.
manzana	15	g	0,08		
piña	15	g	0,06		
pera	15	g	0,08		
naranja	15	g	0,11		
melón	15	g	0,07		
crema de leche	10	ml	0,06		
mermelada	10	g	0,05		
	Total		0,766		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.13

Nombre de la receta: Cappuccino Tradicional					
Código de la receta: c001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 150 ml					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Espumamos la leche con una licuadora o batidor
café	25	g	0,08		eléctrico. Aumentamos el café pasado. Servimos
leche	100	ml	0,14		con una poquito de canela y endulzamos con azúcar
canela	5	g	0,016		
azúcar	5	g	0,022		
	Total		0,258		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.14

Nombre de la receta: Cappuccino almendrado					
Código de la receta: c002					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 150 ml					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Espumamos la leche con una licuadora o batidor
café	25	g	0,08		eléctrico. Aumentamos el café pasado y la esencia
leche	100	ml	0,14		de vainilla. Servimos con una poquito de canela y
canela	5	g	0,016		endulzamos con azúcar.
azúcar	5	g	0,022		
esencia de almendra	2	ml	0,005		
	Total		0,263		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.15

Nombre de la receta: Mocaccino					
Código de la receta: c003					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 150 ml					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Espumamos la leche con una licuadora o batidor eléctrico. Aumentamos el café pasado y el chocolate en polvo. Servimos con un chocolate amargo y endulzamos con azúcar.
café	25	g	0,08		
leche	100	ml	0,14		
chocolate	5	g	0,02		
azúcar	5	g	0,015		
chocolate en polvo	10	g	0,03		
	Total		0,285		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.16

Nombre de la receta: Sambuca en las rocas					
Código de la receta: ba001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 50 ml					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Se coloca en un vaso pequeño pero ancho y colocamos hielos.
sambuca	1 1/2	onza	0,75		
hielos	5	gr	0,005		
	Total		0,755		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.17

Nombre de la receta: Kahlua					
Código de la receta: ba002					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 100 ml					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	En una copa ancha colocamos un poco de Kahlua colocamos hielos y servimos.
kahlua	1 1/2	onz	1		
hielos	5	gr	0,005		
	Total		1,01		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.18

Nombre de la receta: Jugo Natural					
Código de la receta: b001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 150 ml					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	colocamos en una licuadora el zumo de fruta congelado con el agua y el azúcar. Servimos en un vaso cervecero.
agua	100	ml	0,018		
zumo de la fruta	50	ml	0,4		
azúcar	15	g	0,02		
	Total		0,438		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.19

Nombre de la receta: Guarnición de Puré de papa					
Código de la receta: g001					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 100g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Hervimos la papa hasta que este suave, después le molemos. Colocamos en una olla leche y mantequilla formando un puré uniforme.
papa	100	g	0,08		
leche	50	ml	0,022		
mantequilla	15	g	0,063		
	Total		0,165		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.20

Nombre de la receta: Guarnición de Papas Fritas					
Código de la receta: g002					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 75g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Calentamos el aceite en temperatura de fritura. Colocamos las papas en bastones en el aceite y esperamos hasta que esté crujiente, aproximadamente de 7 a 10 minutos.
papa	75	g	0,056		
aceite	75	ml	0,022		
sal	2	g	0,004		
	Total		0,082		

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 5.21

Nombre de la receta: Guarnición de Papas al horno					
Código de la receta: g003					
Cantidad de porciones: 1pax					
Peso por porción: 75g					
Peso total de la receta:					
INGREDIENTES					PROCEDIMIENTO
Ítem	Cantidad	U/M	Costo	Observaciones	Hervimos la yuca pelada hasta que este suave, después freimos a temperatura de fritura, hasta que estén crujientes.
yuca	75	g	0,056		
aceite	75	ml	0,022		
sal	2	g	0,004		
	Total		0,082		

Fuente: Carolina Gallo

CAPÍTULO VI

6 ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro 7.1 Cuadro de Resumen

COSTOS DE INVERSIÓN INICIAL	40521,22
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	59645,70
RENDIMIENTO DE INVERSIÓN (%)	147,20
PROYECCIÓN UTILIDAD A 5 AÑOS	298228,49
RENTABILIDAD A 5 AÑOS (%)	735,98

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 7.2 Egreso Cuadro de Gastos LLGILG

1.- EGRESOS / CUADROS DE GASTOS

1.1.- CUADRO GASTOS DE RECONSTITUCION DE COMPAÑIA - RUC, patente municipal
 COSTITUCION

	Valor	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Permisos de funcionamiento	600	600												600
Permisos de funcionamiento honorarios abogado	200	200												200
TOTAL	1000	1000	0	1000										

1.2.- CUADRO GASTOS ACTIVOS FIJOS

	Valor	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Equipos de trabajo: Plancha 6 quemadores, hornos etc.(anexo egresos 1)	1660.00	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	138.33	1660
Mobiliario Mesas, sillas, bar, decoración	8500.00	8500.00												8500
Sistemas - Equipos de computación, caja, software (Anexo egresos 2)	1488.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	1488
Construcción - adecuación del lugar 100m2 a \$200.00	2000.00	2000.00												2000
TOTAL	31648.00	28762.33	262.33	31648.00										

1.3.- CUADRO GASTOS ACTIVOS DE OPERACION

	Valor	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Uniformes - Personal cocina y servicio (renovación 50%/mes) Cuadro 2	536.25	349.70												536.25
Uniformes - 10 mesas manuales, limpiadores etc. (Anexos egresos 3)	638.75	385.00												638.75
Batidora de cocina - desde uienillos hasta refrigeradores (Anexo Egresos 5)	4889.15	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	407.43	4889.15
Vajilla : Platos y uienillos de mesa para 50 personas (Anexo egresos 5)	676.00	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	56.33	676
Cristalería: Vasos, copas, tazas para 50 personas (Anexos egresos 6)	707.82	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	117.97	707.82
Cuartería para 50 personas (Anexo egresos 7)	425.25	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	70.88	425.25
TOTAL	7873.22	1367.31	652.61	652.61	652.61	652.61	1112.91	463.76	463.76	463.76	463.76	463.76	463.76	7873.22

1.4.- CUADRO GASTOS VARIOS DE OPERACION

	Valor	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
Identidad corporativa: diseño publicidad, papelería útiles etc. (Cuadro 4)	1350.00	450.00	450.00	450.00										1350
Publicidad: Pagina Web, avisos revistas, volantes (Anexo egresos 8)	1558.00	519.33	519.33	519.33										1558
Manten. Rest.: Uienillos limpieza, basureros (50%/mes)(Anexo egresos 8)	382.40	109.25		54.63										382.4
SERVICIOS PUBLICOS	LUZ	240	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	240
	AGUA	600	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
	Telefono	380	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	380
	Internet	238.8	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	19.9	238.8
	Gas	300	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	300
Mantenimiento jardines, reboque de instalaciones etc.	1200	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Costos financieros, intereses, costos banco o retorno de inversión.	30000.00					5000								30000
TOTAL	36229.20	1323.48	1214.23	1268.86	244.90	5299.53	244.90	5299.53	244.90	5299.53	5244.90	5299.53	5244.90	36229.20

1.5.- PERSONAL

	Valor	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
1 Jefe de Cocina (Chef)	6000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6000
3 Asistentes cocina Jornada parcial (50%/de280)	5040	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	420	5040
1 Steward (Jornada parcial 50% de\$ 265)	1590	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	132.5	1590
3 meseros (\$ 120 /persona)	4320	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4320
2 Personal de limpieza (120/persona)	2880	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	2880
1 administrador - contador	3600	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
1 Contador	2400	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
1 transporte estadal (\$8.00/persona)	960	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
TOTAL	26790	2232.5	26790											

	Valor	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
GRAN TOTAL	103540.421	34685.621	4361.67	4416.30	3392.341	8446.97	3852.641	8258.131	3203.50	8258.13	8203.501	8258.131	8203.501	103540.421

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 7.3 Detalle Costos de Materia Prima y PVP de Recetas

COMIDA MEDIO DIA

ENTRADAS

COMIDA	CANTIDAD	GASTOS/EGRESOS	PVP	U. BRUTA
Empanadas: porción de 3 empanadas.	1	0,63	3,00	2,37
Ceviche de Chochos o Palmito	1	0,55	2,50	1,95
Ceviche de Camarón	1	1,19	3,50	2,31
Ensalada mil Colores porción grande	1	1	5,50	4,50
Locro de Papas con porción de tostado y aguacate	1	0,26	3,00	2,74
Crema de zanahoria	1	0,26	3,00	2,74
PROMEDIO DE LA ENTRADA		0,648	3,42	2,77

PLATOS PRINCIPALES

COMIDA	CANTIDAD	GASTOS/EGRESOS	PVP	U. BRUTA
Lomo en salsa de champiñones	1	2,74	8,00	5,26
Lomo en salsa con aroma de café	1	2,74	8,00	5,26
Pollo en salsa de durazno	1	1,48	7,00	5,52
Trucha en salsa de albahaca	1	1,14	6,50	5,36
Trucha al horno con finas hierbas	1	1,14	3,00	1,86
PASTAS				
Lasaña la boloñesa	1	1,71	7,00	5,29
Lasaña vegetariana	1	1,1	6,50	5,40
Espagueti Alfredo, a la boloñesa, o vegetariano	1	1,45	6,50	5,05
Pizza de la casa	1	1	6,50	5,50
PROMEDIO PLATOS FUERTES		1,61	6,56	4,94

MENU PARA NIÑOS

COMIDA	CANTIDAD	GASTOS/EGRESOS	PVP	U. BRUTA
Menú infantil carita feliz (Pizza)	1	1,25	4,00	2,75
Menú infantil Bugs Bunny (Arroz relleno)	1	1,25	4,00	2,75
PROMEDIO DE MENU DE NIÑOS		1,25	4,00	2,75

POSTRES

COMIDA	CANTIDAD	GASTOS/EGRESOS	PVP	U. BRUTA
Tiramisú	1	0,91	2,00	1,09
Tres lechas	1	0,61	2,00	1,39
Ensalada de frutas con crema	1	0,76	1,80	1,04
Torta húmeda de chocolate	1	0,60	1,80	1,20
Helado natural de frutas	1	0,60	1,80	1,20
PROMEDIO DE POSTRES		0,70	1,88	1,18

BEBIDAS FRIAS

VASO DE BEBIDA	CANTIDAD	GASTOS/EGRESOS	PVP	U. BRUTA
Jugo de frutas naturales	1	0,43	1,50	1,07
Te halado	1	0,40	1,50	1,10
Colas	1	0,25	1,00	0,75
Agua con gas o sin gas	1	0,30	0,80	0,50
PROMEDIO DE BEBIDAS FRIAS		0,35	1,20	0,86

BEBIDAS CALIENTES Y ALCOHOLICAS

TAZAS Y COPAS	CANTIDAD	GASTOS/EGRESOS	PVP	U. BRUTA
Café arábica Expreso	1	0,20	1,00	0,80
Capuchino tradicional	1	0,26	1,50	1,24
Capuchino almendrado	1	0,26	1,50	1,24
Moccachino	1	0,28	1,60	1,32
Café arábica americano	1	0,20	1,25	1,05
Agua aromática	1	0,25	1,00	0,75
Sambuca	1	0,75	4,00	3,25
Calua	1	0,75	4,00	3,25
Cerveza pequeña	1	0,50	1,50	1,00
Cerveza grande	1	0,62	2,25	1,63
Vino blanco y tinto	1	1	4,00	3,00
PROMEDIO DE BEBIDAS FRIAS		0,46	2,15	1,68

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 7.4 Resumen Costo de Materia Prima por Pax

EGRESOS POR MATERIA PRIMA	PAX	costo promedio pax	VALOR \$.
A: TEMPORADA ALTA VACACIONES	2400	3.76	9027,248485
B: TEMPORADA ALTA FERIADOS	2160	3.76	8124,523636
C: TEMPORADA BAJA FINES DE SEMANA	1920	3.30	6336,853333
D: DIAS LABORABLES DEL AÑO	2000	3.30	6600,89
TOTAL EGRESOS PAX			30089,51

PROYECCION														
EGRESOS	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
A	9027,248485						3009,08	3009,08	3009,08					9027,25
B	8124,523636	1160,65	1160,65	1160,65	1160,65						1160,65	1160,65	1160,65	8124,52
C	6336,853333	704,09	704,09	704,09	704,09	704,09				704,09	704,09	704,09	704,09	6336,85
D	6600,89	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	550,07	6600,89
TOTAL	30089,51	2414,82	2414,82	2414,82	2414,82	1254,17	3559,16	3559,16	3559,16	1254,17	2414,82	2414,82	2414,82	30089,51

SNACK

Porción de Papas francesas con salchicha parillera y bebida	GASTOS/EGRESOS
	0,50

PVP	U. BRUTA
3,00	2,50

EGRESOS POR MATERIA PRIMA	PAX	costo promedio pax	VALOR \$.
A: TEMPORADA ALTA VACACIONES	1200	0,50	600
B: TEMPORADA ALTA FERIADOS	1080	0,50	540
C: TEMPORADA BAJA FINES DE SEMANA	960	0,50	480
D: DIAS LABORABLES DEL AÑO	1000	0,50	500,00
TOTAL EGRESOS PAX			2120

PROYECCION														
EGRESOS	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
A	600						200,00	200,00	200,00					600,00
B	540	77,14	77,14	77,14	77,14						77,14	77,14	77,14	540,00
C	480	53,33	53,33	53,33	53,33	53,33				53,33	53,33	53,33	53,33	480,00
D	500,00	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	500,00
TOTAL	2120,00	172,14	172,14	172,14	172,14	95,00	241,67	241,67	241,67	95,00	172,14	172,14	172,14	2120,00

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 7.5 Proyección Total de Costos de Materia Prima

EGRESOS	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
TOTAL	32209,51	2586,96	2586,96	2586,96	2586,96	1349,17	3800,82	3800,82	3800,82	1349,17	2586,96	2586,96	2586,96	32209,51

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 7.6 Ingreso/Presupuesto de Ventas

2.1.- INVERSION capital o préstamo	30000,0
------------------------------------	----------------

2.2.- INGRESOS POR VENTAS MEDIO DIA	PAX	VALE PROMEDIO	VALOR \$.
A: TEMPORADA ALTA VACACIONES	2400	15,20	36474,42
B: TEMPORADA ALTA FERIADOS	2160	15,20	32826,98
C: TEMPORADA BAJA FINES DE SEMANA	1920	13,05	25060,27
D: DIAS LABORABLES DEL AÑO	2000	13,05	26104,44
TOTAL INGRESOS PAX	8480		120466,12

INGRESOS	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
	A	36474,42424					12158,14	12158,14	12158,14					36474,42
	B	32826,98182	4689,57	4689,57	4689,57	4689,57				4689,57	4689,57	4689,57	4689,57	32826,98
	C	25060,26667	2784,47	2784,47	2784,47	2784,47				2784,47	2784,47	2784,47	2784,47	25060,27
	D	26104,44444	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37	2175,37
TOTAL	120466,1172	9649,41	9649,41	9649,41	9649,41	4959,84	14333,51	14333,51	14333,51	4959,84	9649,41	9649,41	9649,41	120466,12

2.3.- INGRESOS POR SNACK AL PASO AM. Y PM.	PAX	VALE PROMEDIO	VALOR \$.
E: TEMPORADA ALTA VACACIONES	1200	3	3600
F: TEMPORADA ALTA FERIADOS	1080	3	3240
G: TEMPORADA BAJA FINES DE SEMANA	960	3	2880
H: DIAS LABORABLES DEL AÑO	1000	3	3000
TOTAL INGRESOS PAX	4240		12720

INGRESOS	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
	E	3600					1200,00	1200,00	1200,00					3600,00
	F	3240	462,86	462,86	462,86	462,86				462,86	462,86	462,86	462,86	3240,00
	G	2880	320,00	320,00	320,00	320,00				320,00	320,00	320,00	320,00	2880,00
	H	3000	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
TOTAL	12720	1032,86	1032,86	1032,86	1032,86	570,00	1450,00	1450,00	1450,00	570,00	1032,86	1032,86	1032,86	12720,00

Total Ingresos por ventas 133186,12

Fuente: Carolina Gallo

Cuadro 7.7 Plan de Negocios

INGRESOS

CONCEPTO	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
2.1.- Capital o préstamo	30000	30000												30000,00
2.2.- Ventas medio día.	120466,12	9649,41	9649,41	9649,41	9649,41	4959,84	14333,51	14333,51	14333,51	4959,84	9649,41	9649,41	9649,41	120466,12
2.3.- Snack al paso am. y pm.	12720	1032,86	1032,86	1032,86	1032,86	570,00	1450,00	1450,00	1450,00	570,00	1032,86	1032,86	1032,86	12720,00
TOTAL	163186,12	40682,27	10682,27	10682,27	10682,27	5529,84	15783,51	15783,51	15783,51	5529,84	10682,27	10682,27	10682,27	163186,1172

EGRESOS

CONCEPTO	VALOR	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL
1.1.- Gastos de Constitución	1000,00	1000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1000,00
1.2.- Gastos Activos filios	31648,00	28762,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	262,33	31648,00
1.3.- Gastos Activos de Operación	7873,22	1367,31	652,61	652,61	652,61	652,61	1112,91	463,76	463,76	463,76	463,76	463,76	463,76	7873,22
1.4.- Gastos Varios de operación	36229,20	1323,48	1214,23	1268,86	244,90	5299,53	244,90	5299,53	244,90	5299,53	5244,90	5299,53	5244,90	36229,20
1.5.- Costos Personal	26790,00	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	2232,50	26790,00
TOTAL	103540,42	34685,62	4361,67	4416,30	3392,34	8446,97	3852,64	8258,13	3203,50	8258,13	8203,50	8258,13	8203,50	103540,42

UTILIDAD AL AÑO ANTES DE IMPUESTOS	59645,70													59645,70
FLUJO MENSUAL	5996,65	6320,60	6265,97	7289,93	-2917,13	11930,87	7525,39	12580,02	-2728,28	2478,77	2424,14	2478,77		
FLUJO DE CASH	65642,34	12317,24	18583,21	25873,14	22956,01	34886,88	42412,27	54992,28	52264,00	54742,78	57166,92	59645,70		

Fuente: Carolina Gallo

CAPÍTULO VII

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusión

El desarrollar un proyecto como este cumpliendo los objetivos sociales y económicos es totalmente satisfactorio para quienes nos embarcaremos en el mismo.

El realizar un estudio completo y detallado nos a permitido obtener un resultado positivo económicamente que junto con los objetivos sociales estaremos contribuyendo al desarrollo de la zona y el país.

7.2 Recomendaciones

Para desarrollar el proyecto se recomienda seguirse estrictamente a todos los preceptos filosóficos, técnicos y administrativos detallados cuidadosamente a lo largo de este.

La labor de los socios y administradores debe ser de vigilancia constante de los facto analizados en el FODA para tomar ajustes en beneficio de la empresa.

Todo proyecto debe ser capaz de ajustarse a las situaciones del mercado, aprovechar las oportunidades del mismo, por lo que debemos ser siempre innovadores y prácticos para realizar cambios pero siempre bajos los preceptos de nuestra visión, misión y valores.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Administración de la Empresa restaurantera, Franco López Armando, Editorial Trillas Primera edición, año de publicación 2004, p. 36.
- Fundamentos del Marketing, Kotler Philip, Armstrong Gary, Pearson Educación Editorial, octava edición, año de publicación México 2008, p. 53.
- Manual Práctico de Cafetería y Bar, Gallegos Felipe Jesús, Thomson Paraninfo Editorial, onceava edición, año de publicación 2006, p. 37.

Folleto:

- La Tablita Tributaria y Laboral, Lcdo. Sánchez Carrión Gilberto, Ediciones EDYPE, trigésima tercera edición, año de publicación 2011.

Revista:

- Freire Juan, Terra Incógnita, N^o54 edición, año de publicación agosto 2008, artículo Recordando Sachatamia.
- Terra Incógnita, N^o24 edición, año de publicación agosto 2003, artículo Gallito de la Peña, Nuestra Fauna.

ANEXOS

ANEXO 1**Equipos de trabajo Egresos**

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
cocina o quemadores	2	180	360
horno dos puertas	1	500	500
campana extractora	2	200	400
freidora	1	120	120
plancha	1	180	180
trampa de grasa	1	100	100
		total	1660

ANEXO 2

Sistemas Egresos

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
Software Camila	1	750	750
Caja registradora	1	150	150
Computadora	1	524	524
Sistema de audio	1	64	64
		total	1488

ANEXO 3**Lencería Egreso**

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
sobre manteles	15	11,4	171
manteles blancos base	15	5,6	84
servilletas de tela	80	1,25	100
limpiones	10	1	10
		total	365

ANEXO 4

Batería de Cocina Egreso

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
batidora	1	25	25
microondas	1	150	150
licuadora	2	46,15	92,3
refrigeradora	2	600	1200
congelador	1	500	500
extractor de jugos	1	150	150
olla grande de 32 dm	2	39,15	78,3
olla de mediana 24 dm	3	19,35	58,05
olla pequeña 20 dm	5	13,5	67,5
sartén grande	3	22,84	68,52
sartenes pequeños teflón	4	12,38	49,52
cernidores de plástico	3	1,8	5,4
cernidores de metal	2	5,15	10,3
bowls grandes	3	17,35	52,05
bowls medianos	4	5,25	21
tupeware grandes	3	2,58	7,74
tupeware medianos	3	2,14	6,42
tuperware pequeño	6	1,45	8,7
cucharones grandes	1	4,41	4,41
cucharones medianos	2	1,47	2,94
Pinzas	3	1,75	5,25
espátula de metal grande	1	2,1	2,1
espátula de plástico	3	1,47	4,41
rallador	1	3,7	3,7
peladores	3	1,5	4,5
espumadera	2	4,75	9,5
Tablas	4	13,81	55,24
cafetera	1	60	60
abre lata	2	4,26	8,52
moldes para pizza grande	4	7,82	31,28
porcionero de helado	1	13,01	13,01
cuchillo cebollero	3	11,73	35,19
cuchillos pequeños	4	4,85	19,4
mesones	3	300	900
estanterías para platos	4	200	800
cupertera de plástico	3	10,98	32,94
lata para horno mediano	4	15,79	63,16
jarra de plástico grandes	4	3,92	15,68
batidor de mano	2	4,56	9,12
bandeja servicio antideslizante	3	26	78
cilindros de gas	3	60	180
		total	4889,15

Vajilla Egreso

Vajilla			
Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
plato base redondo	50	5,6	280
plato trinche	25	3,53	88,25
plato hondo	20	2,72	54,4
plato postre	20	2,28	45,6
plato de ceviches	20	2,39	47,8
plato café	15	1,4	21
plato tinto	15	1,16	17,4
salero	10	1,39	13,9
pimentero	10	2,1	21
salcera 180 cc	10	1,61	16,1
salceros 80 cc	20	1,39	27,8
azucarera	8	3,15	25,2
lechera redonda	5	3,51	17,55
		total	676

ANEXO 6**Cristalería Egreso**

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
copa de vino tinto	50	3,61	180,5
copa de vino blanco	20	4,02	80,4
vasos	150	0,69	103,5
copa de helado	50	0,8	40
copas de coñac	10	3,86	38,6
jarras	10	10,8	108
coctelera	1	7,84	7,84
ceniceros	10	0,69	6,9
tazas de café	50	2,09	104,5
destapador de botellas	2	4,54	9,08
tazas tinto	15	1,9	28,5
		total	707,82

Cubertería Egreso

Cuberteria			
Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
cucharita	75	0,57	42,75
cuchara sopera	80	1,03	82,4
tenedor normal	80	1,03	82,4
tenedor de ensalada*	20	0,88	17,6
cuchillo normal	60	2,23	133,8
cuchillo de carne	30	2,21	66,3
		total	425,25

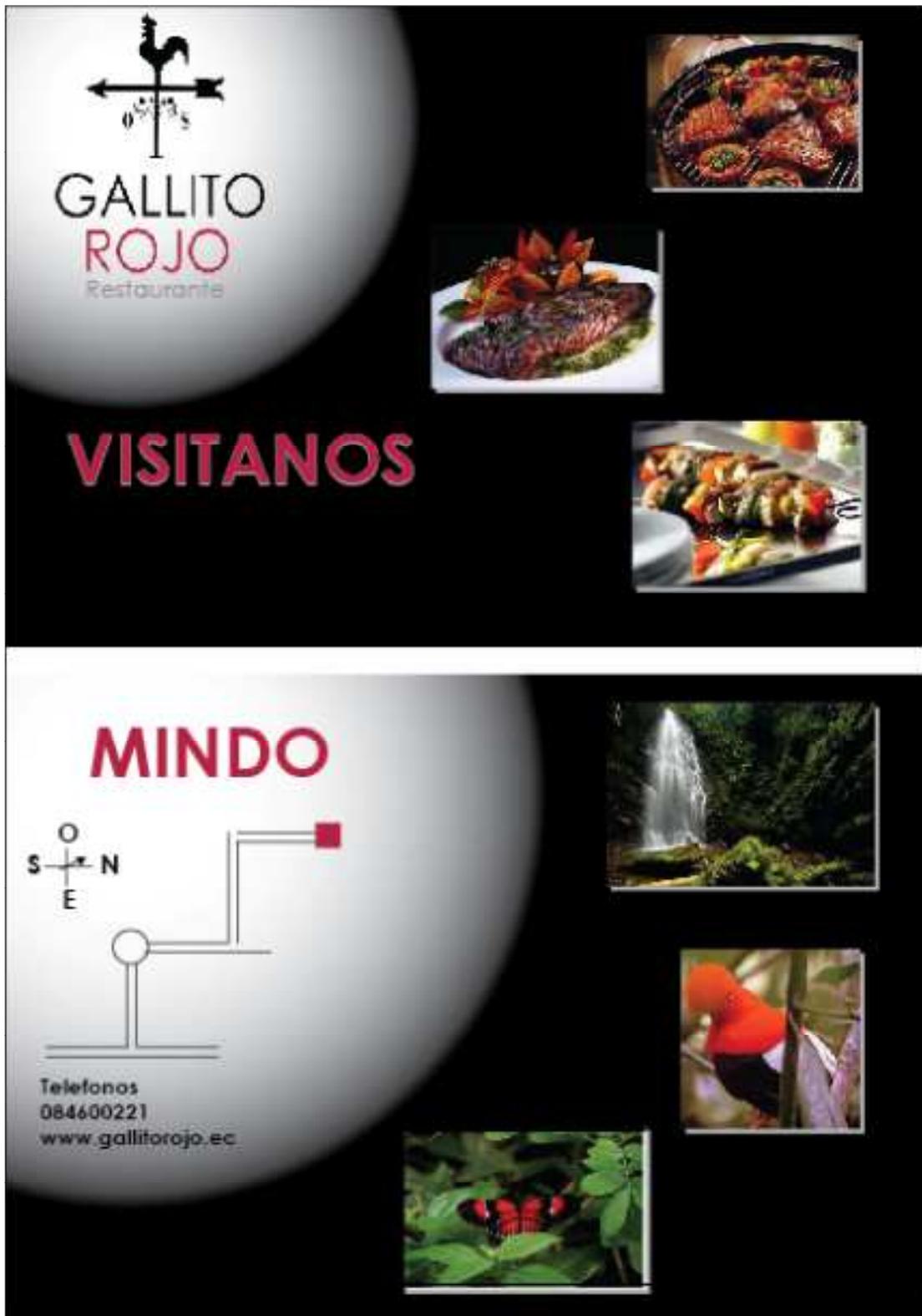
ANEXO 8**Publicidad Egreso**

Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
volantes	500	0,296	148
Banner	1	60	60
Pagina web	1	350	350
Publicidad revista	1	750	750
Tazas	100	2,5	250
		Total	1558

ANEXO 9**Mantenimiento restaurante Egreso**

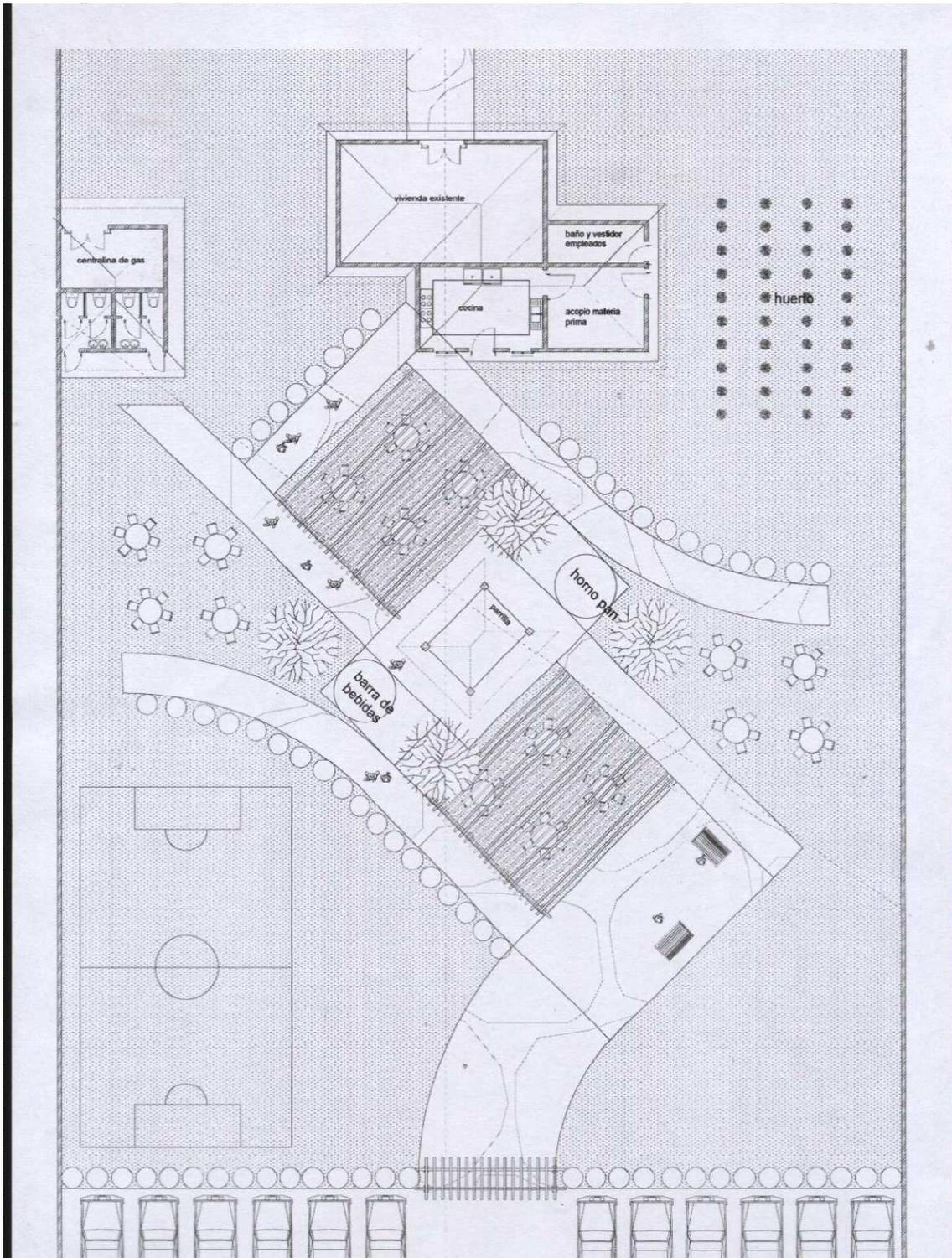
Detalle	Cantidad	Valor Uni.	Valor Total
escobas	4	2,95	11,8
basurero	3	20	60
atomizador	5	1,25	6,25
trapeadores	3	2,5	7,5
limpiones	6	1	6
viledas	12	0,6	7,2
esponjas	10	0,6	6
recogedor	3	1,5	4,5
		Total	109,25

Diseños de Publicidad



Fuente: Carolina Gallo

Diseño del restaurante



Fuente: Francisco Rueda

Proforma de Batería de Cocina



PROFORMA N° 00000208

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución No 636 del 29/12/2005

CLIENTE: 000000000000 GALLO GABRIELA

FECHA: Quito, 8 de November de 2010

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos "JIMENEZ", Herminia Sánchez e Hijos Cia. Ltda. y a la vez hacemos votos por el éxito de su labor.

De acuerdo a su solicitud, le presento nuestra mejor oferta de productos solicitada por usted.

Cant.	DETALLE	Cod	Precio	Desc.	P. Unit.	P. Total
1.00	PLATO BASE 31 CM. ACTUALITE	RJ015	5.6000	0%	5.6000	5.60
1.00	PLATO TENDIDO 27 CM. ACTUALITE	RJ028	3.5280	0%	3.5280	3.53
1.00	PLATO HONDO S/ALA 18.7 CM ACTUALITE	RJ020	2.7200	0%	2.7200	2.72
1.00	PLATO POSTRE 20 CM ACTUALITE	RJ024	2.2772	0%	2.2772	2.28
1.00	FRUTERO C/ALA 16.5 CM ACTUALITE	RJ010	2.3900	0%	2.3900	2.39
1.00	PLATO CAFE 15.5 CM. ACTUALITE	RJ017	1.3962	0%	1.3962	1.40
1.00	PIMENTERO LISO ACTUALITE	RJ014	2.1000	0%	2.1000	2.10
1.00	BANDEJA OVALADA 32X23.5 CORONA AM.	RJ041	4.7900	0%	4.7900	4.79
1.00	SALSERA LISA 180 CC ACTUALITE	RJ034	1.6078	0%	1.6078	1.61
1.00	SALSERA LISA 80 CC ACTUALITE	RJ035	1.3900	0%	1.3900	1.39
1.00	AZUCARERA SOBRES ACTUALITE	RJ002	3.1500	0%	3.1500	3.15
1.00	LECHERA 200 CC ACTUALITE	RJ067	3.5100	0%	3.5100	3.51
1.00	CUCHARA SOPA TRAMONTINA COSMOS	TR012	1.0300	0%	1.0300	1.03
1.00	TENEDOR MESA TRAMONTINA COSMOS	TR115	1.0268	0%	1.0268	1.03
1.00	CUCHILLO DE MESA TRAMONTINACOSMOS	TR031	2.2300	0%	2.2300	2.23
1.00	CUCHARA CAFE TRAMONTINA COSMOS	TR014	0.5715	0%	0.5715	0.57
1.00	TENEDOR POSTRE COSMOS	TR118	0.8800	0%	0.8800	0.88
1.00	CUCHILLO ASADO COSMOS	TR030	2.2100	0%	2.2100	2.21
1.00	CUCHILLO POSTRE COSMOS	TR043	1.9500	0%	1.9500	1.95
					Subtotal:	44.36
Son: Cuarenta Y Nueve Dólares Con 68/100					12 % IVA:	5.32
					TOTAL:	49.68

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 3 DIAS

FORMA DE PAGO: CONTADO

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA SALVO VENTA PREVIA

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

Esperando una respuesta afirmativa, por la atención que se digna dar a la presente, le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

Diego Aguirre

SR. DIEGO AGUIRRE

VENTAS:

Fuente: Almacenes Jiménez

PROFORMA N° 00000213

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución No 636 del 29/12/2005

CLIENTE: 000000000000 GALLO GABRIELA

FECHA: Quito, 8 de November de 2010

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos "JIMENEZ", Herminia Sánchez e Hijos Cia. Ltda.
y a la vez hacemos votos por el éxito de su labor.

De acuerdo a su solicitud, le presento nuestra mejor oferta de productos solicitad por usted.

Cant.	DETALLE	Cod	Precio	Desc.	P. Unit.	P. Total
1.00	COPA CABERNET TULIP VINO 35 CL	GN153	3.6100	0%	3.6100	3.61
1.00	COPA PRINCESA 31 CL GRAN VINO	GN239	4.0200	0%	4.0200	4.02
1.00	COPON ALEMAN	PN006	2.9300	0%	2.9300	2.93
1.00	CERVECERO AV LIJO 55AL	TX069	0.6900	0%	0.6900	0.69
1.00	COPA HELADO LISA 512 AL	TX077	0.8000	0%	0.8000	0.80
1.00	COPA COÑAC 77 CL	GN056	3.8600	0%	3.8600	3.86
1.00	JARRA REYWAR GNTE 4 LT.	FG020	3.0900	0%	3.0900	3.09
1.00	COCTELERA 55 30 OZ	IND129	7.8400	0%	7.8400	7.84
1.00	SARTEN PROFESIONAL ALUMINIO#24	TX060	10.2100	0%	10.2100	10.21
1.00	PLATO P/TINTO 12.5 CM ACTUALITE	RJ025	1.1600	0%	1.1600	1.16
1.00	TAZA CAFE 200 CC ACTUALITE	RJ036	2.0945	0%	2.0945	2.09
1.00	DESTAPADOR /SACADORCHO TRAMONTINA	TR099	4.6400	0%	4.6400	4.64
					Subtotal:	44.94
Son: Cincuenta Dólares Con 34/100					12 % IVA:	5.39
					TOTAL:	50.34

FORMA DE PAGO: CONTADO

VALIDEZ DE LA PROFORMA: 5 DIAS

TIEMPO DE ENTREGA: INMEDIATA SALVO VENTA PREVIA

PRECIOS NO INCLUYEN IVA

Esperando una respuesta afirmativa, por la atención que se digne dar a la presente,
le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

SR DIEGO AGUIRRE

Proforma de Uniforme



CONFECCIONAMOS UNIFORMES PARA INSTITUCIONES
HOTELERAS, GASTRONOMICAS
Y MEDICAS

COTIZACION

FECHA: 20 de enero del 2011
DE: Chef City Clothing
PARA: Restaurante gallito rojo
ATENCION: Srta. Gabriela Gallo
FAX: 2246172
e-mail: **

CANT.	ARTICULO	UNIDAD	TOTAL
6	Chaqueta clasica blanca hasta la talla 42	15,00	90,00
6	Pantalon calentador mil cuadros ng	15,00	90,00
6	Delantal de pechera negro	7,50	45,00
6	Gorra hongo negra	4,75	28,50
6	Malla nacional negra	1,10	6,60
	SERVICIO		0,00
6	Delantal de 75*85 negro	7,00	42,00
6	Camiseta polo blanca	5,80	34,80
4	Safari negra	3,50	14,00
6	Mallas nacionales negras	1,10	6,60
			0,00
		TOTAL	357,50

Condiciones Comerciales

Validez: 30 DIAS CALENDARIO
IVA: TARIFA 0 (CERO) Empresa Artesanal
Entrega: A convenir
Pago: 50% entrada 50% contra entrega
Depositos a:
Bnco. delPichincha - Cta. Cte. No. 3367319804 - Sra Gladys Iza
Por favor confirmar deposito o transferencia a chefcity2000@yahoo.com

Mariana P.
VENTAS

Fuente: Chef City

Carta parte exterior

BEBIDAS FRÍAS	
Jugos naturales	\$ 1.50
Té helado	\$ 1.50
Gaseosa	\$ 1.00
Agua con gas o sin gas	\$ 0.80
BEBIDAS CALIENTES	
Cafés	
Cappuccino tradicional	\$ 1.50
Cappuccino almendrado	\$ 1.50
Mocaccino	\$ 1.60
Americano	\$ 1.25
Espresso con café arábica gourmet	\$ 1.00
Aguas aromáticas	\$ 1.00
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	
Cerveza pequeña	\$ 1.50
Cerveza grande	\$ 2.25
Copa de Sambuca flameada	\$ 3.00
Copa de Kahlua	\$ 3.00
VINOS	
Copa de Vino tinto	\$ 3.50
Copa de Vino Blanco	\$ 3.00



GALLITO ROJO
RESTAURANTE

Mindo-Ecuador
 Dir.: A 200 m del Parque Central de Mindo Diagonal al parqueadero público
 Telf: 084600221
 e-mail: elgallitorojo@gmail.com

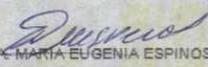
ENTRADAS	
Picaditas de empanadas \$ 3,00	Combinación de empanadas de plátano verde, morocha y de maíz acompañada de una salsa de aji.
Ceviche de chocho o palmito \$ 2,50	Los chochos o palmitos servidos en una base de zumo de tomate, limón, cebolla y cilantro finamente cortados.
Ceviche de camarón \$ 3,50	Frescos camarón de las costas ecuatorianas en una base de zumo de tomate, limón, cebolla, cilantro con su toque secreto.
Ensalada mil colores \$ 5,50	Porción mediana de diferentes vegetales frescos del propio huerto acompañado de pollo o finas lonjas de ahñ especial.
SOPAS	
Locro de queso \$ 3,00	Exquisita crema de papa acompañado de una porción de maíz tostado y aguacate.
Crema de zanahoria \$ 3,00	Deliciosa crema de zanahoria acompañada con pequeños crutones.

PLATOS PRINCIPALES	
Carnes	
Lomo en salsa de champiñones \$ 8,00	Jugoso lomo fino bañado en salsa de champiñones saiteados y vino tinto.
Lomo en salsa con fino aroma de café \$ 8,50	Jugoso lomo fino con aroma de nuestro propio café gourmet.
Pollo en salsa de durazno y piña \$ 7,00	Filete de pollo a la plancha acompañado de una deliciosa salsa de piña y durazno con un toque de vino blanco.
Trucha en salsa de albahaca \$ 6,50	Filete de trucha de la zona con salsa de albahaca fresca de la huerta.
Trucha al horno con finas hierbas \$ 6,50	Filete de trucha de la zona cocinado con finas hierbas a horno de leña.
Guarniciones de Carnes	
Pure de papas Papas fritas Pasa al horno Porción de arroz	
Todos los platos se acompañan con una porción de ensalada.	
Pastas	
Lasaña a la boloñesa \$ 7,00	Porción de pasta de la casa con salsa boloñesa con finas hierbas.

Lasaña vegetariana \$ 6,50	Porción de pasta de la casa con salsa de vegetales seleccionados del huerto.
Spaguetti Alfredo, Boloñesa o vegetariana \$ 6,50	Porción de pasta feluccini de la casa con variedad de salsa a su elección.
Pizza de la casa \$ 6,50	Masa estándar, gruesa o fina con queso, pimienta, tomate, cebolla, jamón, pepperoni, champiñones piña con dos ingredientes a su elección.
Guarnición para Pasta	
Se acompaña con pan de ojo y una ensalada.	
Menú de Niños Carita feliz \$ 4,00	Pizza de dos ingredientes Se acompaña con papas fritas o chips y una pequeña ensalada, postre sorpresa y bebida.
Menú de Niños Bugs Bunny \$ 4,00	Arroz con zanahoria y salchicha parrillera. Se acompaña con papas fritas y una ensalada pequeña, postre sorpresa y una bebida.

POSTRES	
Helado natural de frutas	\$ 1,80
Tres leches	\$ 2,00
Tiramisú	\$ 2,00
Torta húmeda de chocolate	\$ 1,80
Ensalada de frutas	\$ 1,80

Ejemplo de permiso de funcionamiento

	MINISTERIO DE SALUD PUBLICA	
DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD DE PICHINCHA		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO		
CODIGO:	16.1.3 - 171135535	0186879
NOMBRE O RAZON SOCIAL:	ESTER LAGAT GEORGES PAUL	
REPRESENTANTE:	ESTER LAGAT GEORGES PAUL	
N° RUC:	1001774536001	C.C. 1001774536
TIPO:	PROCESADORA DE ALIMENTOS	
ACTIVIDAD:	PROCESADORA DE CAFE	
CATEGORIA:	ARTESANAL	
UBICACION:	CALLE S/N MINDO - LOS BANCOS	
ORDEN DE PAGO N°	190402	VALOR: 8,00
FECHA DE EXPEDICION:	18/05/2007	FECHA DE VENCIMIENTO: 31/12/2007
 DR. LUIS FERNANDO CALDERON Director Provincial de Salud de Pichincha		 DRA. MARIA EUGENIA ESPINOSA N. Jefe de Control Sanitario

Fuente: Dirección provincial de Salud de Pichincha

Carnet de Slud

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Dirección Provincial de Salud de Pichincha AREA DE SALUD No. 11 - Pedro Vicente Maldonado	
CERTIFICADO DE SALUD	N° 000994
Ap. Paterno: Ester	 <small>Certificado Ocupacional de Salud Incluye exámenes de Laboratorio</small>
Ap. Materno: Lagat	
Nombres: Georges	
Cédula No.: 100177453	
Fecha: 9-05-07	
 DIRECTOR	

Fuente: Dirección Provincial de salud de Pichincha

Permiso de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos

Cuerpo de Bomberos
San Miguel de Los Bancos Nº 000236
Departamento de Prevención de Incendios
CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO
Valor de la Especie \$ 0,50 ctvs.
VIVERO DE CAFE

NOMBRE DEL LOCAL _____
GERENTE PROPIETARIO SR. GEORGES PALL GHISLAIN LAGA
DIRECCIÓN A 200 m del Parque, vía al Río Mingo
ACTIVIDAD Vivero

Este Departamento, en atención a la solicitud presentada y considerando que en este local se cumplen las disposiciones relativas a **DEFENSA CONTRA INCENDIOS**, concede el presente **CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO**, válido por un año a partir de esta fecha:

Los Bancos, a _____ del _____
Mayo del 2007

TEL: 2770-235

[Signature]
Cmdte. Jefe del Cuerpo de Bomberos

[Signature]
Tesorero (a)

Fuente: Cuerpo de Bomberos