



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD
ESCUELA DE GASTRONOMIA

PROPUESTA DE CREACIÓN DEL RESTAURANTE DE COCINA DE AUTOR
“LA UVILLA”

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

Lic. Hernán Dávila

Darwin Andrés Arévalo Chalco

2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el (los) estudiante(s), orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación

Licdo. Hernán Dávila

Director de Tesis

C.I:170686531-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

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

Darwin Andrés Arévalo Chalco

C.I: 172075715-0

DEDICATORIA

Con todo mi amor para las personas que se sacrificaron en la vida para que pudiera alcanzar mis sueños, que con su ejemplo supieron guiarme siempre, gracias por apoyarme y creer en mí incondicionalmente a ustedes les dedico este trabajo y todos mis logros en la vida.

Papa y Mama

Resumen

El proyecto de creación de un restaurante de cocina de autor con productos ecuatorianos, con el nombre de “La Uvilla” muestra la factibilidad de la implementación del mismo, a través de un análisis del mercado objetivo, considerando los antecedentes culturales del país y las nuevas tendencias gastronómicas que están en auge para lograr así crear un restaurante innovador en el medio que muestra orgulloso los productos de su país conservando su esencia natural en un ambiente hogareño y acogedor alejado del ruido de la ciudad dando así una experiencia única a los comensales, dejando un rédito económico considerable a sus inversionistas .

Abstract

The project of creating a restaurant of Autor Cuisine with Ecuadorian products with the name "La Uvilla" shows the feasibility of its implementation, through an analysis of the target market, considering the cultural background of the country and new culinary trends that are booming to achieve and create an innovative restaurant in the Market that shows off the products of their country retaining its natural essence in a homely environment and away from the noise of the city thus giving a unique experience to the guests, leaving significant economic return to investors.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I. Plan estratégico del proyecto	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Justificación	1
1.3 Concepto del negocio:	2
1.4 Objetivos.....	2
1.4.1 A mediano plazo	2
1.4.2 A largo plazo.....	3
1.5 Ubicación del negocio:.....	3
1.6 Marco Teórico.....	4
1.7 Planificación Estratégica.....	9
1.7.1 Análisis de las fuerzas de Porter	10
1.8 Análisis FODA	11
1.9 Misión	13
1.10 Visión.....	13
1.11 Análisis de la conformación Jurídica de la empresa.....	13
1.12 Permisos de funcionamiento.....	13
CAPITULO II. PLAN DE <i>MARKETING</i>	16
2.1 Objetivos:.....	16
2.1.1 Objetivos cualitativos:	16
2.1.2 Objetivos cuantitativos:	17
2.2 Políticas de producto:	17
2.3 Imagen corporativa	19
2.4 Protección legal de la marca.....	20
2.5 Segmento de mercado:.....	21
2.6 Encuestas.....	21

2.6.1 Formato de la encuesta	23
2.6.2 Análisis de resultados.....	23
2.6.3 Conclusiones de la encuesta	31
2.7 Análisis de la competencia	31
2.7.1 Competencia directa	32
2.7.2 Competencia indirecta.....	32
2.8 Fuerza principal de impulsión	33
2.9 Política de Precio.....	33
2.10 Formas de pago:.....	34
2.11 Políticas de promoción.....	35
2.12 Publicidad	36
2.13 <i>Merchandising</i>	36
CAPITULO III. Estructura Organizacional	37
3.1 Razón social de la empresa.....	37
3.2 Forma Jurídica.....	37
3.3 Organigrama por puestos de trabajo.....	38
3.4 Personal inicial.....	38
3.5 Análisis y descripción de cargos	39
3.6 Horarios	47
3.7 Gestión de recursos humanos	47
3.7.1 Objetivos.....	47
3.7.2 Motivación	47
3.7.3 Capacitación.....	48
3.7.4 Proceso y sistema de contratación.....	49
3.7.5 Tipos de contratos	50
3.7.6 Establecimiento de sueldos.....	50
3.7.7 Cultura organizacional.....	51
3.7.8 Equipo directivo	52
3.8 Acuerdos y contratos con otras empresas	52
3.9 Política de servicio	52
3.10 Menús.....	54

3.10.1 Política de Menús	54
3.10.2 Menú inicial.....	55
Capitulo IV. Plan Financiero.....	61
4.1 Presupuesto de Inversión	61
4.1.1 Uniformes	61
4.1.2 Equipos y menaje cocina	62
4.1.3 Vajilla y cristalería	64
4.1.4 Muebles y Lencería	65
4.1.5 Equipos de Oficina y Accesorios.....	66
4.1.6 Gastos Extras.....	66
4.1.7 Total de Inversión inicial	67
4.2 Presupuesto de financiamiento.....	68
4.3 Cálculo estimativo de la nómina salarial.....	69
4.5 Gastos Fijos de Funcionamiento	70
4.6 Costos Ventas.....	71
4.7 Ventas estimadas (Ingresos brutos A &B).....	73
4.8 Flujo de caja mensual	75
4.9 Estado de pérdidas y ganancias presupuestado.....	77
4.10 Conclusiones del plan Financiero	77
Conclusiones.....	78
Recomendaciones	78
Referencias	79
ANEXOS	81

Introducción

Los establecimientos que ofrecen comida de autor están en auge alrededor del mundo y esa tendencia ha llegado al país, esta vez se crea la propuesta “La Uvilla “ con énfasis en la cocina ecuatoriana y sus productos autóctonos pero innovando en la creación de un restaurante con un menú diferente y atractivo. Busca también satisfacer las necesidades de un mercado objetivo que busca nuevos sabores aprovechando la curiosidad generada por la amplia gama de proyectos de rescate de los sabores ancestrales del Ecuador brindando una experiencia única a los comensales que acuden al establecimiento.

Capítulo I. Plan estratégico del proyecto

1.1 Antecedentes

Los restaurantes de cocina de autor en el mundo han sido una tendencia que crece cada día más especialmente en Europa en donde con la Nouvelle Cuisine se empezó a desarrollar nuevas técnicas y sabores de los diferentes platos tradicionales ya existentes dando lugar a restaurantes vanguardistas que ofrecen comida única en su tipo debido a su complejidad de sabores y texturas.

1.2 Justificación

La cocina ecuatoriana está en plena evolución y se están llevando varios proyectos para promocionar los productos, sabores y técnicas del país como parte de una política de estado y esta tendencia nacionalista se ha posicionado en la mente de la población del Ecuador y en el futuro en la de sus visitantes extranjeros por lo que se vuelve necesario un lugar en el que las personas puedan ir a probar esta nueva cocina.

En el país este tipo de restaurantes son muy caros y no son ecuatorianos tenemos así el caso del segundo muelle y la cadena ZAZU que ofrece comida de autor pero su influencia es peruana además de tener un ambiente moderno y vanguardista en medio de la ciudad por lo que nuestro restaurante será atractiva para la población de clase media alta y alta.

1.3 Concepto del negocio:

Restaurante de cocina de autor que utiliza productos autóctonos, técnicas y sabor ecuatorianos, fusionado con la cocina internacional accesible para la clase media y alta. El restaurante estará ubicado en la zona del valle de Tumbaco lejos de la ciudad. Ideal para el estilo del restaurante contará con decoraciones rústicas típicas y utiliza productos nativos del país para crear sabores nuevos con un menú que es cambiante y depende de los productos a disposición que ofrezcan la mejor calidad y ofrece la oportunidad de tener una experiencia gastronómica nueva tanto a personas del país como a visitantes extranjeros.

1.4 Objetivos

Satisfacer la necesidad de la población que oscila entre los 18 a 65 años de edad, tanto de personas nacionales como extranjeros, que gustan de los sabores ecuatorianos con la creación de un restaurante de cocina de autor donde además de la innovación, los clientes disfruten de una experiencia inolvidable tanto por el servicio como por la comida dejándonos así buenos réditos económicos en el proceso.

1.4.1 A mediano plazo

- Proporcionar un servicio de primera calidad.
- Complacer las expectativas de nuestros clientes con nuestra comida.
- Generar un posicionamiento en la mente de los clientes que nos visiten.

1.4.2 A largo plazo

- Ser líderes en la venta de cocina de autor en Quito
- Alcanzar una imagen de marca elegante y refinada.
- Posicionarnos como líder en servicio en el sector turístico y gastronómico.
- Crecer por encima de las expectativas económicas esperadas

1.5 Ubicación del negocio:

El restaurante estará ubicado en el valle de Tumbaco cerca de la avenida interoceánica sector el arenal (después de la Morita) en un terreno de 1000 metros cuadrados con árboles frutales, floreales, un huerto orgánico y una construcción estilo rustica donde será el restaurante.



Figura 1. Mapa Ubicación del negocio

Adaptado de Google Maps

1.6 Marco Teórico

INICIOS DE LA COCINA DE AUTOR

La cocina de autor se basa en la creatividad de un chef que quiere expresar su identidad y personalidad a través de un plato o menús establecidos, esta tendencia es muy nueva como para tener una historia pero los inicios de la misma están bien definidos el boom de la Nouvelle Cuisine francesa y la Cocina Fusión, para llegar a entender a lo que se quiere llegar con esta tendencia que va a tener gran importancia en la gastronomía y su historia. (Vazquez, 2012)

NOUVELLE CUISINE

Se inició en la década de los sesenta donde los cambios en la ciencia aceleraron de manera sorprendente y fueron cambiando las tendencias sociales y culturales entre ellas el cambio de la percepción de lo bello y lo feo así las mujeres delgadas pasaron a ser más bonitas que las más gruesas de contextura lo que impuso una moda y con esto se vio que se necesitaría un cambio en la gastronomía para adaptarse a estas corrientes modernas para tener una comida buena y sana (Vazquez, 2012)

Henry Gault y Christian Millau, dos críticos gastronómicos franceses lanzaron, en 1970 por primera vez la denominación Nouvelle Cuisine para identificar esta corriente nueva que algunos jóvenes chefs empezaron, liberándose de las clásicas normas y recetas impuestas por Escoffier para los establecimientos de comida entre quienes se destaca a Paul Bocuse. Ellos proponían que la cocina debía ser más simple y usar menos grasa para resaltar la frescura y el sabor natural de los ingredientes como los vegetales que debían estar cocinados al dente, el pescado que debía servirse más firme, crema para espesar las salsas en vez de las harinas, la utilización de ingredientes, esencias y especias que en ese momento no eran muy conocidas, se empezó a introducir ingredientes y técnicas orientales dando mayor importancia a la decoración del plato antes de ser servido en la mesa. (Castillo, 2013)

En la práctica, además de esos elementos más o menos argumentados, se agregó el uso de vajilla de gran tamaño, para lograr centrar la atención en el arreglo y decoración de los platos, y aceptando el uso de las manos para el manejo de los alimentos en el montaje del plato y enfocándose más en la higiene además, se introdujo los dibujos hechos con las salsas y con la utilización de ingredientes no comunes como, flores, vegetales crudos o cocidos, aparte de la preparación en sí, pero que formaban parte del nombre del plato en el menú, aunque no se iban a comer. (Castillo, 2013)

Se daba mucha importancia a la influencia de lo que comemos sobre salud en quebranto del sabor, del placer de comer, que pasó a ser enemigo para la salud. Entre los años 1970 y 1976, crecieron las tiendas naturales y restaurantes vegetarianos. La Nouvelle Cuisine, Perdió fuerza pronto y su corriente termino, pero dejó mucha influencia, la más importante el hecho de que los cocineros se liberaron de las ataduras de Escoffier lo que ha traído beneficios, pero algunos cocineros en su afán de distinguir y debido a su falta de talento para lograrlo, han usado al comensal como individuo de prueba de platos mal desarrollados y poco probados. (dechefachef, 2013)

Otro punto importante, es el redescubrimiento del cuerpo pues el sentido del gusto pasa a tener mucha más importancia para las personas haciendo más importante desarrollar este sentido y valorando las personas que lo consiguen. Por otra parte, Francia haciendo una gran campaña de promoción de sus productos exporta esta corriente a otras escuelas de todo el mundo influenciando así a los futuros cocineros Eso fue lo mejor y lo peor de la corriente que se perdió porque se olvidó que comer es un placer más que solo la satisfacción de una necesidad biológica (Castillo, 2013)

COCINA FUSIÓN

Esta corriente de cocina nace en Australia. Australia al ser un país de sencillez y simplicidad tiene una cocina bastante simple y practica sin dejar de ser de una muy buena calidad y sabor. Se identifican por los sabores puros en sus productos, y mezclas culinarias bien pensadas. Los australianos respetan mucho el sabor y la pureza de los productos autóctonos del país y se desarrolla una tendencia a revalorizar la comida aborigen del país. Tiene mucha preocupación por su salud pero también buscar sabores buenos y placer al comer. Las características del suelo y del clima hacen que le continente goce de una gran variedad de productos tropicales como frutas y verduras excelentes al igual que sucede en nuestro continente. (Vazquez, 2012)

COCINA MOLECULAR

La cocina molecular nace con todos los descubrimientos científicos que en su momento tal vez no eran hechos específicamente para usarcé en la cocina pero chefs inteligentes y creativos como Ferrán Adrià vieron su utilidad en la cocina en busca de lograr crear una nueva experiencia para el comensal estimulando sus sentidos con colores texturas y sabores diferentes para lo cual la ciencia de los alimentos fui muy útil. (Herrera, 2011)

COCINA DE AUTOR

El concepto de Cocina de Autor se lo aplica para las los cocineros o dueños de restaurantes innovadores que deseaban una estrategia culinaria diferente y nueva que sea del gusto de las personas pero con unja gran innovación. Creando un sistema de cocina diferente en la que el restaurante pasa de ser ese establecimiento en la que el chef sigue los pasos a rajatabla a tener un chef creativo que es capaz de crear basándose en su estilo propio y modificando los sabores de las cosas tradicionales. (Vazquez, 2012)

SERVICIO Y PERSONAL

La cocina de autor va más allá de solo modificar la comida y las presentaciones se trata de una experiencia nueva para cada comensal y esto en gran parte depende del personal que atiende y el servicio que se da, en la cocina de autor el chef prepara menús de degustación que transmiten su esencia creativa y pueden ir de 5 a 25 platos pequeños, Además se recuperaron los amenities y petit fours que se habían perdido así como los sorbetes y bajativos para tener un servicio mucho más completo y así crear una nueva experiencia para los comensales (Castillo, 2013)

MONTAJES Y PRESENTACIONES

La manipulación de los productos en el montaje siempre depende de la higiene del personal por lo que en esta cocina con gran complejidad de montajes es importante que los trabajadores tengan excelente higiene y salud. Cabe destacar que la gente que gusta del buen comer ya no ve con malos ojos la manipulación de alimentos conociendo los procesos y seguridades sanitarias de los nuevos establecimientos de comida a diferencia de los establecimientos del pasado en los que la higiene no era tomada demasiado en cuenta. Ya en la Nouvelle Cuisine se ampliaba el diámetro de los platos para dejar más espacio para la creatividad pero cada preparación necesita un plato diseñado especialmente además de cubertería personalizada para mejorar la decoración o porque el comensal necesita del mismo para poder comerlo, pero está claro que el juego de colores, sabores y texturas es cada vez más importante que los demás elementos como el plato y cubiertos. (Castillo, 2013)

Es importante destacar que el orden en que se come los distintos elementos de un plato brinda sabores diferentes por lo que el montaje dependerá de los sabores deseados, pero es importante destacar que deben existir diferentes texturas además debe existir variedad de colores, el plato debe tener volumen y todo lo que se sirva en el mismo debe ser comestible. Es importante conservar la simpleza para dar una sensación de pureza y limpieza además de dar a entender que todo lo que está en el plato está pensado cuidadosamente,

En definitiva el plato que se sirva al comensal debe ser cuidadosamente diseñado y montado por el chef expresando su identidad para que se pueda distinguir a simple vista el autor del plato solo mirando su estilo. (Castillo, 2013)

DECONSTRUCCION Y RECONSTRUCCIÓN

Son dos formas de enfocar una nueva elaboración de un plato ya conocido, sin cambiar los ingredientes de la preparación para no crear un plato nuevo sino que mejorar el existente con texturas colores y sabores. Deconstrucción y reconstrucción son dos términos distintos, la deconstrucción es separara los ingredientes del plato y cambiar sus preparaciones para dar otra textura o sabor al mismo pero manteniendo los ingredientes del plato principal en cambio la Reconstrucción es tomar un plato separar su ingredientes además agregar otros que le den un nuevo enfoque y características al plato cambiando su sabor reconstruyendo así el plato. Estas técnicas se basan en la memoria y el conocimiento de los platos pues es muy importante que el comensal conozca el plato original para así poder reconocer los cambios e innovaciones en el mismo después del proceso de reconstrucción o deconstrucción. (Castillo, 2013)

METODOS, TECNICAS Y NUEVAS TECNOLOGIAS

Algo muy importante para toda la cocina es el avance científico que ha dado lugar a mejores y nuevas máquinas, técnicas y descubrimientos físicos y químicos sobre los alimentos y sus componentes que sirven para poder desarrollar todas las ideas de los chefs creativos, que sin esta tecnología quedarían solo en un sueño, además es importante la accesibilidad a la tecnología para los clientes en cualquier parte del mundo. (Castillo, 2013)

PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS

En la actualidad el termómetro ha pasado a ser una herramienta más para los cocineros ya que los comensales informados exigen más calidad y con el descubrimiento de las propiedades de los alimentos, como el que al cocinar menos los alimentos algunos conservan mejor sus cualidades se han ido introduciendo nuevas técnicas de cocción como la convección, vacío, temperaturas controladas por largo tiempo frituras a presión etc., que en el pasado no existían (Castillo, 2013)

MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS

En la cocina de autor se da mucha importancia a la calidad de los productos para así lograr mejores resultados, además gracias a la facilidad de transporte en la era moderna hay la posibilidad de obtener productos de casi cualquier parte del mundo por lo que los productos utilizados son incontables. (Castillo, 2013)

BASES DE COCINA

Desde que Escoffier dictara las bases de la cocina la mayoría de estas se siguen respetando pero además se han creado nuevas bases para las nuevas técnicas que no se conocían sin las cuales no se podría cocinar nuevas preparaciones. (Castillo, 2013)

1.7 Planificación Estratégica

Para nuestra empresa se utilizara una planificación con una estrategia competitiva llamada “Estrategia de diferenciación Dirigida” (Gamble, 2012) En la que nos dirigiremos a un segmento de mercado limitado y se tratara de generar una diferenciación sobre la competencia para atraer a nuestro mercado objetivo esto se logrará con las continuas innovaciones y experiencias únicas

que daremos a los comensales que acudan al establecimiento logrando así fidelizar al cliente y mantenerlo a la expectativa constantemente de nuestros nuevos menús y otras innovaciones en el servicio y la experiencia en general que ofrecemos.

1.7.1 Análisis de las fuerzas de Porter

Este análisis califica o mide las fuerzas que intervienen en el mercado al que nos dirigimos para ver la factibilidad de implementación de nuestra empresa considerando los pros y los contras mostrados a continuación.

Competidores: Amenaza media, En el mercado existen algunos establecimientos con una cartera de clientes fija que son parte de nuestro segmento de mercado por lo que debemos tratar de atraer parte de sus clientela hacia nuestro establecimiento con estrategias de mercadeo y publicidad de boca a boca de nuestros clientes satisfechos.

Proveedores: Amenaza Alta, En el país son pocos los proveedores de productos orgánicos y los que existen tienden a cobrar precios bastante altos para los costes que estamos manejando por lo que se podría considerar una “Integración vertical Hacia Atrás” (Gamble, 2012, pág. CAP 6) para tomar el control de al menos una parte de la producción de productos orgánicos en una huerta propia lo que abarataría algunos costos de producción pero requeriría de una mejor administración de recursos y capacitación en el área mencionada.

Productos Sustitutos: Amenaza alta, La gran variedad de productos sustitutos a menor precio los convierte en una gran amenaza para nuestro ingreso al mercado objetivo por lo que necesitaremos una muy buena campaña de mercadeo y promociones para captar clientes y una vez en nuestro restaurante brindar la mejor experiencia para así lograr tener la fidelidad de los clientes.

Clientes: Amenaza Media, El poder de negociación de los clientes está limitado por la apreciación del valor que están recibiendo a cambio de su dinero, por lo que está limitado a aceptar los precios establecidos pero a su vez existe una

amenaza de que otros establecimientos ofrezcan mejores precios y servicios logrando así aumentar su poder de negociación.

Barreras de Entrada: Amenaza Media, Las barreras legales y culturales que tendremos que vencer además de las nuevas leyes de compañías vigentes hacen que exista un nivel de dificultad para implementar el establecimiento satisfactoriamente en el menor tiempo posible evitando así pérdidas económicas que serían fatales para el negocio. Para afrontar este problema se debe planear muy bien con anticipación adecuada todos los papeles y requisitos necesarios para poder implementar el negocio en el menor tiempo posible y educar a la gente en esta nueva tendencia de la cocina de autor para que no sea algo demasiado nuevo para todos y no lo acepten.

1.8 Análisis FODA

Fortalezas

- Ser un restaurante innovador en la utilización de productos ecuatorianos en cocina de autor.
- Tener productos calidad excelente todo el año por el menú cambiante.
- Tener platos que no se encuentren en ningún otro lugar del mundo.
- Usar productos orgánicos de la huerta de restaurante.
- Tener una decoración única y diferente a todos los demás de la zona.
- El estar en una zona libre del impacto de ruido tanto de la ciudad como de la carretera, favorece la tranquilidad y el ambiente esperado.
- Contar con un local amplio, cómodo y con ambiente familiar.
- Aplicar un concepto de comida innovador acompañado de un excelente servicio.
- Realizar publicidad basada en redes sociales permitiéndonos interactuar con los clientes.

Debilidades

- No tener una cartera de clientes fija.
- El mercado objetivo no conoce la comida de autor y puede existir confusiones respecto al concepto del negocio.
- Los precios de los platos puede ser elevados respecto a la competencia indirecta.
- Las planificaciones financieras pueden verse afectadas por las variaciones en precios y provocar déficits.

Oportunidades

- Existe un boom de la comida nacional.
- El Mercado está aceptando nuevas tendencias culinarias.
- El Mercado prefiere productos orgánicos.
- Oportunidad de crédito por parte de instituciones financieras del estado con plazos y tasas favorables.
- Nuevas tendencias en gustos y preferencias de los clientes.
- Mayor apreciación por productos ecuatorianos y apoyo a las innovaciones nacionales.

Amenazas

- Introducción de nuevas leyes que pueden afectar las finanzas de la empresa como imposición o aumento de impuestos ya sea por parte del servicio de rentas internas, patentes municipales, la nueva ley de sanidad que esta por ser aplicada, impuestos a las importaciones, etc.

1.9 Misión

Ser un establecimiento que provea una experiencia nueva y diferente cada vez a todos nuestros clientes en base al uso de productos ecuatorianos fusionando con la cocina tradicional e internacional, agregando la innovación en cuanto a sabores y técnicas en un ambiente rustico y hogareño.

1.10 Visión

En 5 años establecernos en el mercado como un lugar pionero en cocina de autor ecuatoriana al alcance de la población en general con afluencia de clientes nacionales y extranjeros que se caracterice por la calidad de los productos que utiliza, los sabores exquisitos de todas sus preparaciones y el ambiente rustico y hogareño sin dejar de lado las técnicas modernas y vanguardistas de la alta cocina, pero además, ser accesible para la clase media, media alta y alta por la variedad de precios en nuestro menú.

1.11 Análisis de la conformación Jurídica de la empresa

La empresa será una sociedad anónima en base a la ley de compañías vigente en su sección VI referente a la “compañía anónima” la minuta de constitución de la misma se encuentra en el Anexo 1.

1.12 Permisos de funcionamiento

Se necesitan varios permisos de funcionamiento en la ciudad de quito específicamente, lugar donde estará ubicado el restaurante los mismos que se especifican en el siguiente cuadro.

Tabla1. Guía de obtención de los permisos de funcionamiento

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

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

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

		Ciudadanía y Papeleta de Votación del representante legal. Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro) Copia de la Resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.			
7	Turismo	Llenar formulario de registro Copia del Informe de Uso de suelo. Dos copias de la Patente. Copia del RUC Copias de la cédula de identidad y papeleta de votación. Inventario de los bienes muebles y activos del local.	▪ Ingresar el trámite en Turismo Quito ▪ Llenar el formulario. ▪ Hay que pagar el 1/1000 de los activos. ▪ Trámite de mora aproximadamente 15 días.	1/1000 de los Activos.	Hoja de Registro.
8	Ministerio de Salud: Carné de salud de cada empleado.	Exámenes y resultados (sangre, heces, orina) Copias de Cédula de	Ingresar el trámite Dura aproximadamente ocho (8) días.	Pago de USD 12 por cada carné.	Carné de Salud.

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

Tomado de (Api.ning)

CAPITULO II. PLAN DE *MARKETING*

2.1 Objetivos:

- Generar una propuesta de valor para poder tener una relación redituable con los clientes.
- Determinar la aceptación del mercado objetivo para implementar un restaurante de este tipo.
- Determinar nuestro mercado meta.
- Determinar el perfil de los consumidores.
- Identificar las expectativas de nuestro mercado meta.
- Definir nuestros canales de distribución.
- Definir nuestros socios de *marketing*.

2.1.1 Objetivos cualitativos:

- Generar un gran valor de marca a través de publicidad.
- Tener una excelente imagen de marca en la mente del cliente.

- Aumentar y mantener clientes.
- Ganar la fidelidad de los clientes y consumidores.

2.1.2 Objetivos cuantitativos:

- Crecer a una tasa mínima de 3% anual.
- Lograr una distribución de las ventas por zonas geográficas más acorde con el potencial del mercado.
- Aumentar las ventas en los platos estrellas.
- Mantener un costo de alimentos y bebidas del 25 al 35 % conservando la calidad.

2.2 Políticas de producto:

La Uvilla- El Sabor ancestral, Restaurante de comida de Autor con productos ecuatorianos desarrolla e implementa una óptima y exigente política de calidad en nuestros productos. Queremos ofrecer lo mejor y lo hacemos.

GARANTIZAR LA CALIDAD DE NUESTRAS PREPARACIONES

A través de un exigente control de calidad en la selección de las materias primas a utilizar, que deben ser provistas por empresas que estén a la altura de nuestras necesidades; con un ordenado almacenamiento de las mismas en un sistema de bodega actualizado constantemente para poder garantizar la frescura y conservación de todos los ingredientes y la más correcta manipulación de alimentos conforme a las buenas prácticas de manufactura que todos los empleados deber saber para lo cual el chef dará cursos y enseñara personalmente en la práctica a todos los empleados además de acudir personalmente a mercados y centros de distribución para escoger los mejores productos, para generar la plena confianza de nuestros consumidores. (Las Tinajas, 2005)

SERVICIO DE EXCELENCIA.

Adoptamos una política de capacitación continua de nuestros recursos humanos tanto en el área de servicio como de cocina, porque reconocemos que este esfuerzo es de vital importancia para nuestro crecimiento económico, y así con un servicio de calidad, equilibrado y preferencial, basado en el respeto mutuo y la solidaridad, lograremos la plena satisfacción de nuestros clientes que notaran el nivel de preparación de nuestros empleados en cada aspecto del restaurante. (Las Tinajas, 2005)

ORDEN, HIGIENE Y MANTENIMIENTO.

La calidad depende en gran parte del estado de nuestras instalaciones, equipos y herramientas utilizadas, por lo que cada domingo en la noche se realizara una limpieza profunda de todo el restaurante y diariamente se realizara la limpieza del local (Las Tinajas, 2005)

INNOVAR.

El éxito en este tipo de restaurantes está en siempre ofrecer algo nuevo y mantenerse a la vanguardia del mundo gastronómico para lo cual el chef y su equipo constantemente realizara investigaciones y desarrollo de nuevos menús aplicando varias técnicas (Las Tinajas, 2005)

2.3 Imagen corporativa

Nombre: La uvilla Restaurante

Slogan: El sabor ancestral

Logo:



Se ha escogido un nombre de fácil interpretación y fácil de recordar para nuestros clientes, además de tener una imagen elegante y la frase “El sabor Ancestral” realza nuestro interés en usar productos autóctonos y orgánicos para lograr el mejor sabor.

Los colores son:

Negro básico: Black #FF0000

Anaranjado: Orange #FFFA50

Blanco: Floral White #FFFFFF

Se ha escogido estos colores para representar el color de la fruta que da el nombre al restaurante y un fondo negro para representar la sobriedad y elegancia de nuestro restaurante el cual será para un segmento de mercado que gusta de los colores elegantes y se identifica fácilmente con logos o empresas que proyecten esa imagen por lo que gustosos podrían portar en sus negocios, autos, hogares, suvenires con nuestro logo. (Amstrong, 2008)

2.4 Protección legal de la marca

Para registrar una marca en el Ecuador se necesita hacer una solicitud al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para ello previamente se debe revisar en la base de datos del mismo instituto que nuestra marca no sea parecida a la de otra empresa luego se llena formulario de solicitud de registro con todas las características de las marcas y fundamentalmente el Poder de Abogado debidamente notariado y legalizado en el Consulado del Ecuador o mediante el Arreglo de La Haya (Apostilla). Después de ingresado el trámite se hará la publicación de solicitud en la Gaceta, publicación de prorrogas y oposiciones y análisis de registrabilidad por parte del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (I.E.P.I) se notificara la aceptación de la marca y emisión de título respectivo. (Aroche y Hernandez, 2013)

2.5 Segmento de mercado:

Clases media, media-alta, alta; pero especialmente personas que gusten de la gastronomía del país quieran probar algo diferente a los platos típicos conocidos en un ambiente no tan moderno sino más bien rustico y hogareño, que puedan acudir en familia o amigos.

Personas que tengan auto y disfruten de una comida lejos de la ciudad.

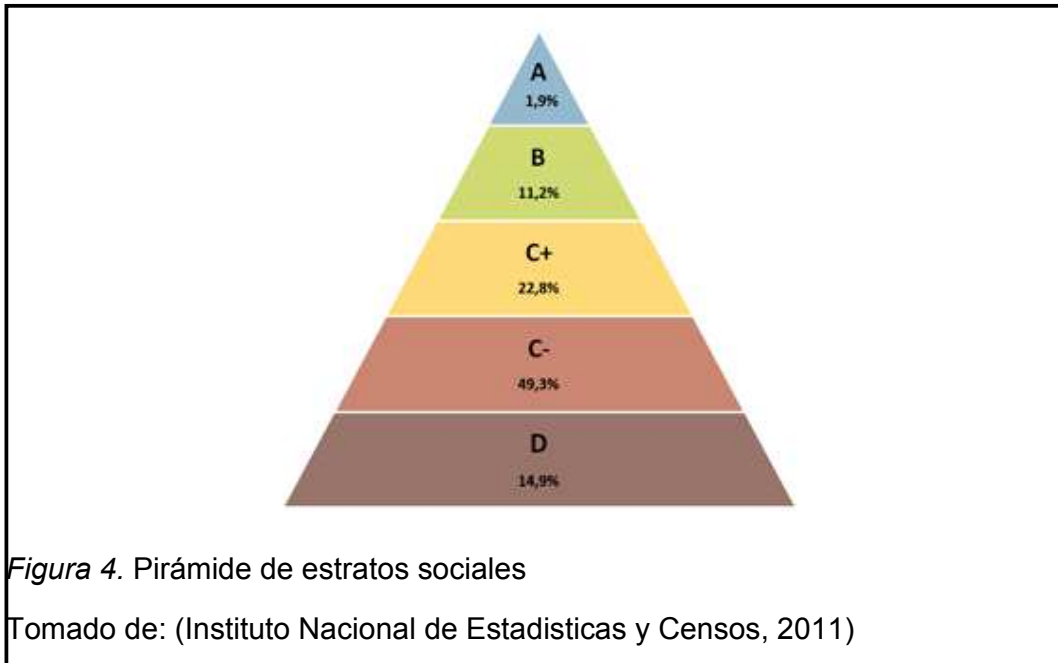
De edades entre 20 a 65 años. (Lovelock, 2009)

2.6 Encuestas

Se realizó la encuesta para conocer la factibilidad de nuestro negocio dentro del segmento de mercado escogido que es la clase social media y alta en una edad entre 25 y 60 años que tengan auto y gusten de la comida nacional e internacional.

La encuesta fue realizada el día sábado 21 de diciembre del 2014 en el parque de Cumbayá y sus alrededores, el centro comercial Scala Shopping, y El Paseo San Francisco.

Basándonos en encuestas realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) la población actual del cantón Quito es de 2'239.191 habitantes en el 2010 y de ellos el 43.7 % está entre los 18 y 64 años. (Ecuador en Cifras, 2012). Además el INEC divide al Ecuador en 5 estratos sociales



Los estratos que componen nuestro segmento de mercado son el A, B y C+ es decir el 25.9% de la población, si la población del cantón quito ese de 2'239.191 habitantes nuestro universo de consulta es de 579950 personas sin contar con los visitantes extranjeros.

Para saber la muestra que necesitamos encuestar aplicamos la siguiente formula:

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

Figura 5. Fórmula para cálculo de la muestra

N: es el tamaño de la población o universo en nuestro caso 579950 personas

K: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos en nuestro caso será de un 95% debido a que la encuesta será realizada personalmente y por e-mail a personas de las que conocemos su situación social.

E: es el error muestra deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. Se mide en Porcentaje en nuestro caso será del 5%

p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. En nuestro caso será del 70% debido a que los encuestados son escogidos por su idoneidad para la encuesta

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir del 30% en nuestro caso.

n: es el tamaño de la muestra en nuestro caso de **76 personas**.

(SurverMonekey, 2012) (Feedbacknetworks, 2013)

2.6.1 Formato de la encuesta

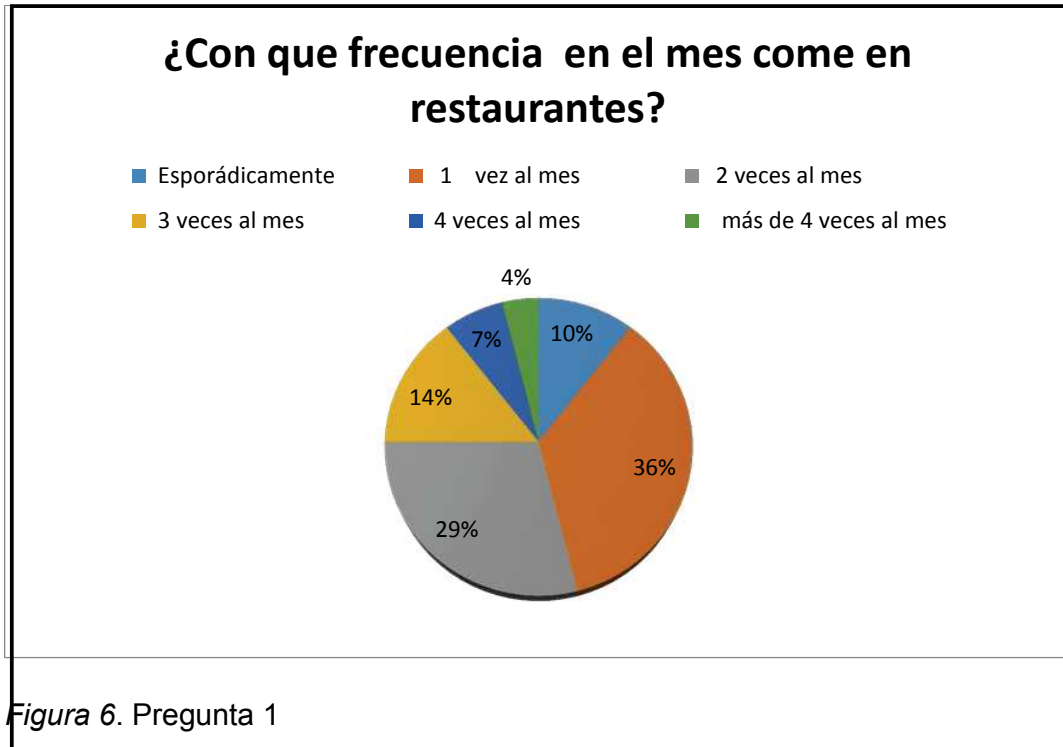
La encuesta se encuentra en el ANEXO 5, las preguntas se han pensado para obtener información clara y directa de nuestro universo logrando así conocer la realidad y la factibilidad de nuestra propuesta según los objetivos que nos hemos planteado y dentro del segmento de mercado al que intentamos llegar.

2.6.2 Análisis de resultados

PREGUNTA 1

Tabla1. Pregunta 1

¿Con que frecuencia en el mes come en restaurantes?	Esporádicamente	8
	1 vez al mes	27
	2 veces al mes	22
	3 veces al mes	11
	4 veces al mes	5
	más de 4 veces al mes	3

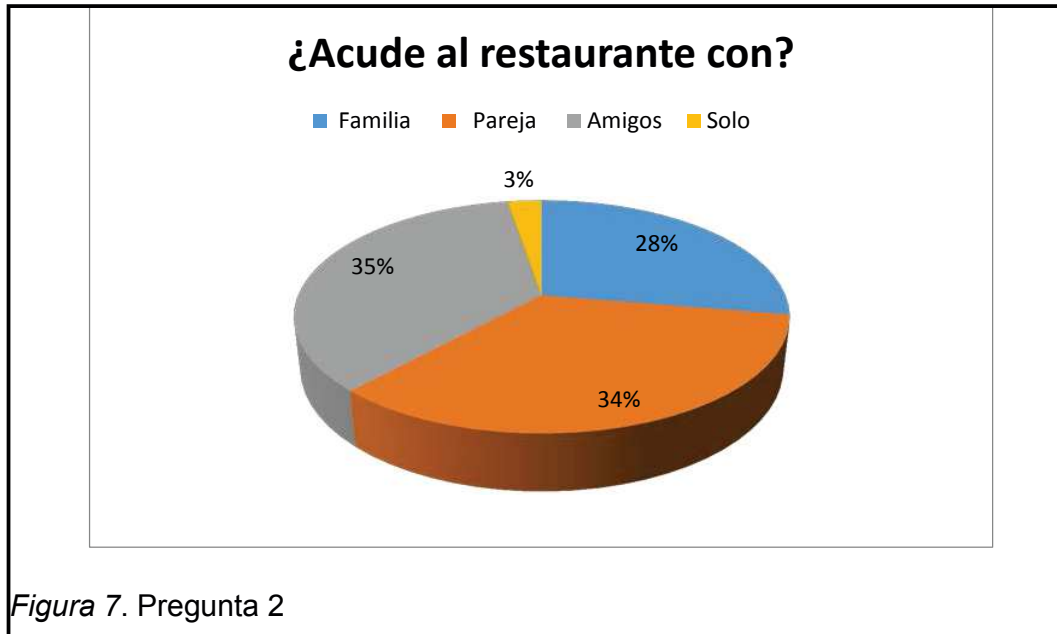


En esta pregunta podemos notar que la mayor parte de la gente acude a restaurantes de 1 a 2 veces al mes en promedio por lo que el segmento de mercado en el que nos enfocamos es el adecuado para el tipo de servicio que brindamos ya que son personas que gustan de la cultura gastronómica y su poder adquisitivo les permite visitar restaurantes regularmente.

PREGUNTA 2

Tabla 2. Pregunta 2

¿Acude al restaurante con?	Familia	21	¿Cuántas personas?	5
	Pareja	26		
	Amigos	27	¿Cuántas personas?	4
	Solo	2		

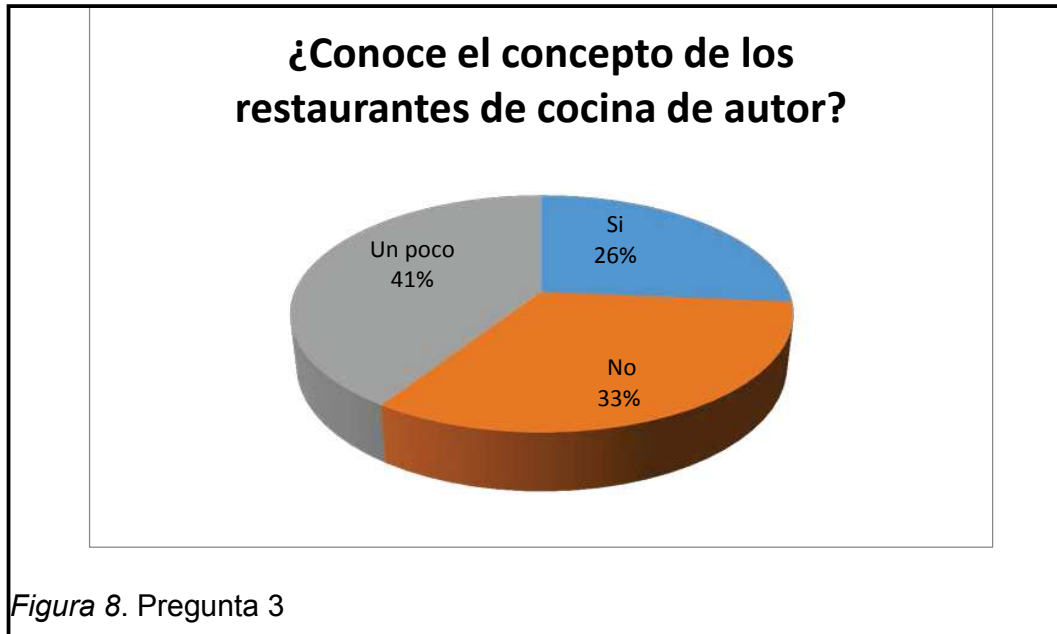


Esta pregunta podemos ver que el mayor porcentaje de personas acude acompañadas a los restaurantes deducimos que necesitaremos mesas para 2, 4 y 5 personas en base a los promedios de asistencia que nos dieron las personas además podemos establecer una capacidad máxima del restaurante considerando que nos visiten una o más de las veces que salen en el año a restaurantes de diferente tipo y la misma también dependerá de las reservaciones que se logren hacer en los primero 6 meses.

PREGUNTA 3

Tabla 3. Pregunta 3

¿Conoce el concepto de los restaurantes de cocina de autor?	Si	20
	No	25
	Un poco	31

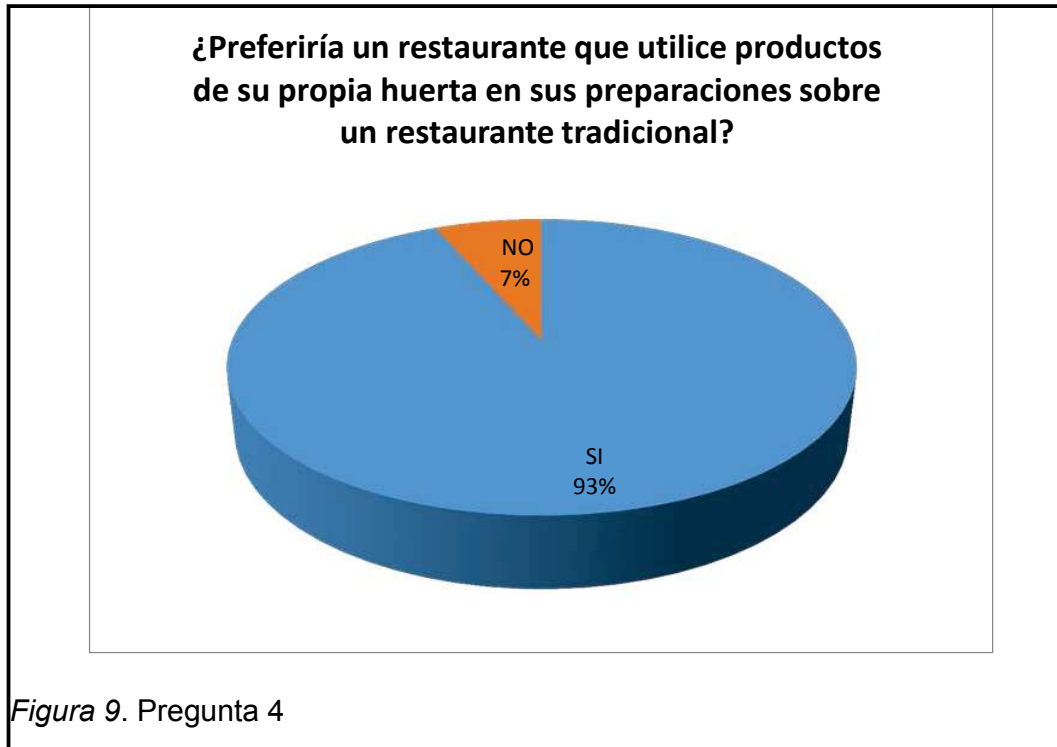


En esta pregunta se puede notar que al menos la tercera parte de nuestro universo de estudio no conoce el concepto de la cocina de autor por lo que la idea les resultara totalmente nueva y podemos hacer que le llame la atención explicando y promocionando esta nueva tendencia en nuestros medios de publicidad como Facebook y Twitter.

PREGUNTA 4

Tabla 4. Pregunta 4

¿Preferiría un restaurante que utilice productos de su propia huerta en sus preparaciones sobre un restaurante tradicional?	SI	71
	NO	5



Esta pregunta nos muestra la gran aceptación del uso de productos de la huerta en el restaurante entre nuestro segmento de mercado y este es uno de los factores diferenciales de nuestro negocio.

PREGUNTA 5

Tabla 5. Pregunta 5

¿Cuánto gasta por persona en un restaurante tradicional a la carta que no sea de comida rápida?	Respuestas van de 35-75\$ PROMEDIO 40 \$
--	---

Las respuestas de esta pregunta están en un rango de 35 a 75 \$ debido a que la encuesta se realizó a personas con alto poder adquisitivo y la pregunta específica que no deben ser establecimientos de comida rápida. El promedio fue de 40 dólares por persona es decir que ese es el vale promedio que nuestro segmento de mercado acepta y consume en los restaurantes que no son de comida rápida.

PREGUNTA 6

Tabla 6. Pregunta 6

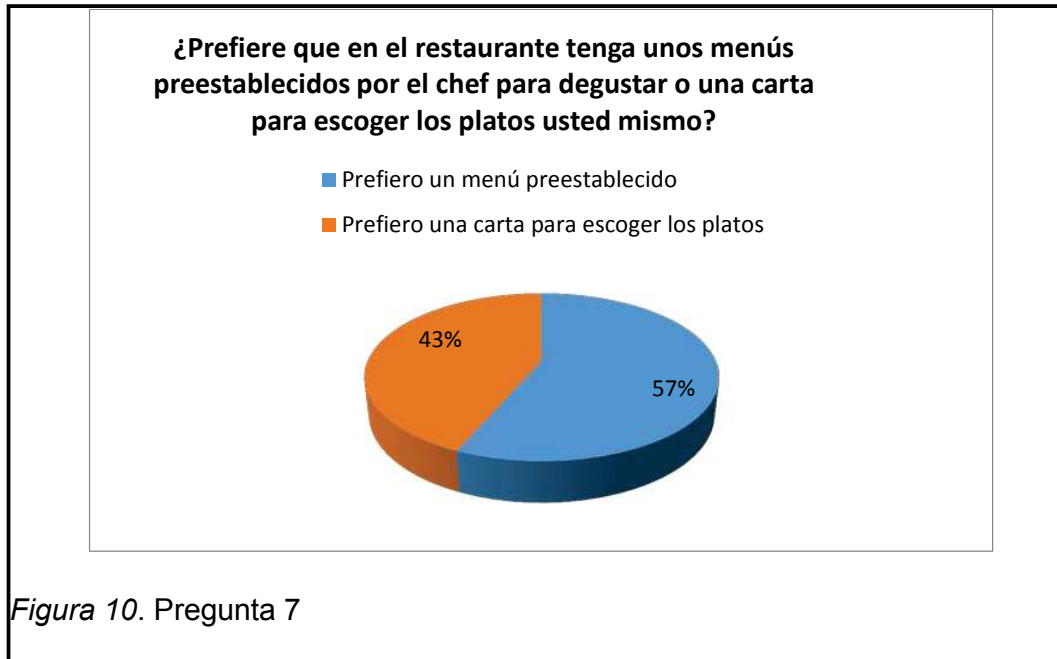
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú completo de 5 platos en un restaurante de cocina de autor por persona?	25-75 PROMEDIO 55 \$
---	-----------------------------

Las respuestas de esta pregunta están en un rango de 25 a 75 \$ y el promedio de todas es de 55 dólares aproximadamente es decir que ese podría ser el Cheque promedio de nuestro restaurante si nos enfocamos en ese sector de mercado y además nos muestra que hay personas dispuestas a pagar más por lo que podemos ofrecer opciones para diferentes presupuestos.

PREGUNTA 7

Tabla 7. Pregunta 7

¿Prefiere que en el restaurante tenga unos menús preestablecidos por el chef para degustar o una carta para escoger los platos usted mismo?	Prefiero un menú preestablecido	43
	Prefiero una carta para escoger los platos	33



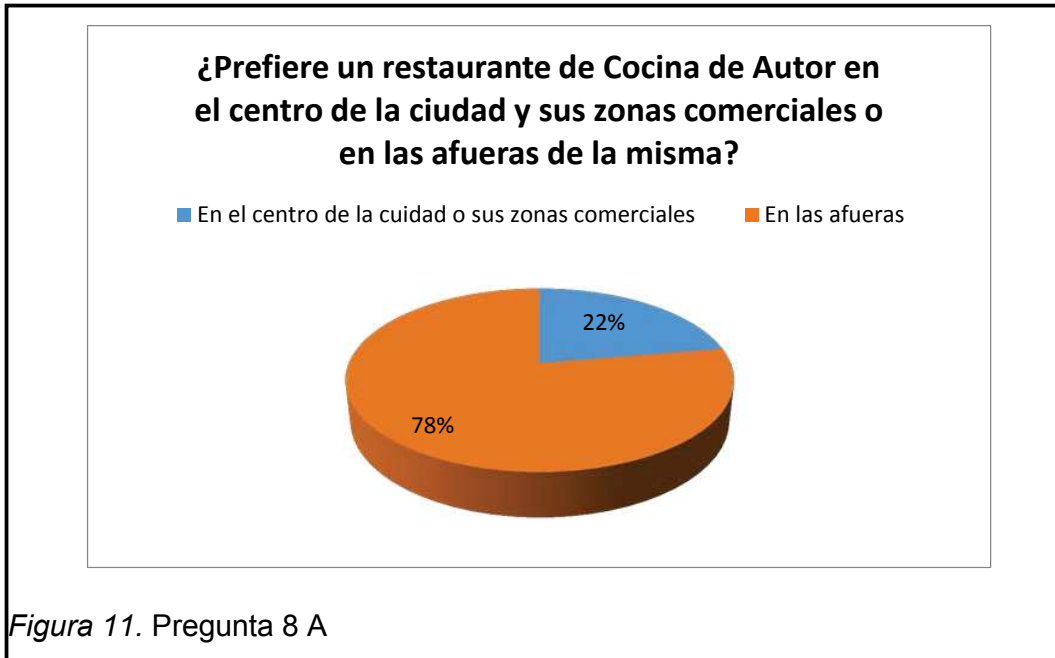
Esta pregunta tiene el fin de conocer las preferencias de nuestro segmento de mercado pues el restaurante tendrá menús pre establecidos para los comensales pero viendo las encuestas podemos ver que un porcentaje de personas prefiere elegir sus platos para estas personas podemos desarrollar 2 menús para que la gente tenga también libertad de escoger según le sus gustos personales y podemos tener algunos platos a la carta también para satisfacer los gustos de nuestros clientes.

PREGUNTA 8

Tabla 8. PREGUNTA 8

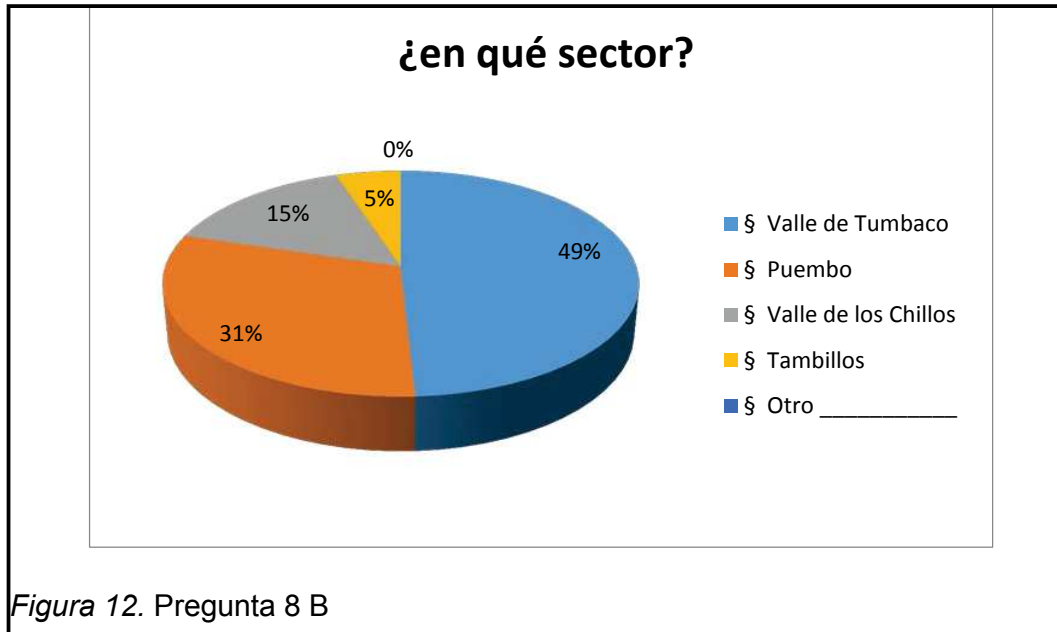
¿Prefiere un restaurante de Cocina de Autor en el centro de la ciudad y sus zonas comerciales o en las afueras de la misma?	En el centro de la ciudad o sus zonas comerciales	17
	En las afueras	59
	¿En qué sector?	
	<input type="checkbox"/> Valle de Tumbaco	29
	<input type="checkbox"/> Puembo	18
	<input type="checkbox"/> Valle de los Chillos	9
	<input type="checkbox"/> Tambillos	3

	<input type="checkbox"/> Otro _____	0
--	-------------------------------------	---



En esta pregunta está diseñada para conocer la preferencia de nuestro segmento de mercado en cuanto a la ubicación en la que debería estar nuestro restaurante vemos que la mayoría prefiere las afueras de la ciudad lo cual tal vez se deba a que la encuesta se realizó en el valle de Tumbaco y Cumbayá pero demuestra que hay un mercado dispuesto a acudir a nuestro establecimiento.

De los que dijeron que prefieren que sea en las afueras preguntamos el sector específico en el que les gustaría que fuera el restaurante y obtuvimos los siguientes resultados:



De esta pregunta obtenemos que las personas prefieren el valle de Tumbaco para el restaurante, cabe recalcar que vamos a tener visitantes extranjeros también por lo que la proximidad con el aeropuerto es un punto a favor de la ubicación del Restaurante.

2.6.3 Conclusiones de la encuesta

En conclusión una vez analizados los resultados de la encuesta vemos una gran aceptación de la idea de un restaurante que utiliza productos Ecuatorianos además de ver que el segmento de mercado al que estamos apuntando es el apropiado según el nivel de gasto que pueden mantener y al que apuntamos es importante además ver que nuestro segmento de mercado en parte conoce la cocina de autor pero hay un gran porcentaje que necesita mayor información respecto al tema por lo que podemos empezar campañas de publicidad sobre la dinámica de nuestro restaurante y nos anima además el ver que existe un porcentaje bastante alto de personas que conocen de la cocina de autor, dato que muestra que la cultura de los comensales está cambiando y es una época correcta para el éxito de este tipo de restaurantes.

2.7 Análisis de la competencia

2.7.1 Competencia directa

La competencia directa son todos los "restaurantes que ofrecen comida de autor o fusión andina y gourmet que está dirigida a nuestro segmento de mercado. Algunos de dichos establecimientos se mencionan a continuación:

➤ ZAZU:

Este es un restaurante de cocina fusión y de Autor con influencia claramente peruana que tiene un gran cava de vinos y su tiene una amplia carta con precios que van de 10 a 50 dólares por plato y una capacidad estimada de 60 puestos

➤ Chez Jerome:

El costo del menú por persona es de \$65 dependiendo del menú y la temporada del año es un restaurante para personas de clase alta y su segmentación en gran parte se produce por sus precios y su ambiente

Esta ubicados en la calle Whimper y Coruña en el centro norte de la ciudad zona en la que tiene gran afluencia de gente la capacidad máxima del local es de 50 personas.

El menú que ofrecen está basado en la cocina francesa clásica con algunos estilos vanguardistas y usando productos latinoamericano. (Jerome, 2011)

2.7.2 Competencia indirecta

La competencia indirecta son todos los restaurantes de comida ecuatoriana y de cualquier otro tipo que se enfoquen en nuestro segmento de mercado como:

- Friday's
- NOE
- Barlovento
- Pim's

- ZAO
- Rincón La Ronda
- ZINC
- Entre otros

Estos restaurantes en su mayoría tienen precios que están dirigidos a nuestro segmento de mercado y son a los que acuden con mayor frecuencia pero también acuden a los de servicios especializados aunque los costos sean mayores.

2.8 Fuerza principal de impulsión

El factor diferencial de nuestro restaurante será:

El uso de productos Ecuatorianos, la originalidad de nuestras preparaciones y el menú cambiante que ofreceremos siempre pensando en utilizar los mejores productos manteniendo la expectativa de los clientes.

Además tendremos algunos factores que impulsaran al cliente a preferirnos:

- ✓ Ubicación Privilegiada lejos del ruido de la ciudad.
- ✓ Estacionamiento con seguridad.
- ✓ Tiempos de servicio adecuados.
- ✓ Ambiente agradable rustico y hogareño.
- ✓ Música instrumental de fondo o música ambiental acorde al menú.

2.9 Política de Precio

La fijación de precios que utilizaremos en La Uvilla es el producto de un conjunto de factores explicados a continuación:

Los factores a considerar para fijar el precio son los siguientes

Tabla 9. Política de precio

Áreas internas	Áreas externas
<ul style="list-style-type: none"> • Costes de producción. • Cantidad de producción. • Precios de venta. • Costos Inversión. • Costos Funcionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado de competencia. • Capacidad adquisitiva de los clientes de alto nivel económico. . • Costo canales de distribución. • Costo Promoción.

Al inicio Utilizaremos la estrategia de mercadeo desceme de mercado pues al ser un producto novedoso y aprovechando el boom de la cocina andina podemos cobrar precios más altos, además tomando en cuenta el estudio de mercado vemos que en la competencia directa hay varios establecimientos que cobran precios altos ofreciendo este tipo de servicio y por las encuestas realizadas vemos que el segmento responde bien a esos precios pero siempre y cuando la calidad lo justifique.

2.10 Formas de pago:

- Tarjeta de crédito o débito, haremos un contrato con datafast para tener este servicio.
- Cheques girados a nombre del gerente.
- Efectivo.

2.11 Políticas de promoción

La publicidad estará a cargo del Administrador de A & B y el mismo se encargara de contratar y controlar las diferentes campañas publicitarias en medios tradicionales y no tradicionales así como de chequear el correo electrónico y organizar las reservaciones.

Se desarrollara el siguiente plan de medios:

PASO 1._ Análisis de competencia en medios:

- Chez Jerome: Facebook, Pagina Web y publicidad de boca en boca
- ZAZU: Facebook, Pagina Web y publicidad de boca en boca

PASO 2._ Se desarrollarla el lanzamiento de la siguiente campaña:

Al iniciar nuestras operaciones es importante que la gente conozca de nosotros por lo que desarrollaremos una campaña de publicidad en medios no tradicionales (Internet Pagina web, Facebook, Twitter) que consistirá en promocionar el concepto de la cocina de autor y el de nuestro restaurante, además publicado el menú semanal que tendremos y las ocasiones o promociones especiales.

PASO 3.- Se llevara el seguimiento respectivo y se contabilizara los cambios y la respuesta de los comensales a los diferentes medios utilizados para poder mejorar o corregir nuestros métodos de publicidad, analizando los datos de crecimiento y afluencia de clientes además del número de seguidores en redes sociales.

2.12 Publicidad

Buscamos con la estrategia de *marketing* crear una imagen positiva de la marca en la mente “Top of Mind” de los consumidores, que asociaran la marca de nuestro restaurante con tener prestigio y una calidad de vida adecuada pues la marca será sinónimo de ser personas diferentes que gustan de nuevos sabores y el cuidado de la salud mediante productos orgánicos, sin dejar de estar a la moda de las nuevas tendencias y orgullosos de su país por medio de los productos que lo representan en nuestros platos que pertenecen al exclusivo segmento de mercado al que nos enfocamos.

Se desarrollará el lanzamiento de la siguiente campaña:

Medios tradicionales:

Revistas: Revista Diners, Supermaxi

Medios no tradicionales

Internet: Pagina web, Facebook, Twitter,

2.13 Merchandising

En el punto de venta existirán flyers y folletos además de suvenires como camisetas llaveros, bolígrafos, ceniceros, jarros, cubre llantas de nuestro restaurante además de la venta y obsequio de mermeladas y otros productos orgánicos preparados artesanalmente. (Amstrong, 2008)

CAPITULO III. Estructura Organizacional

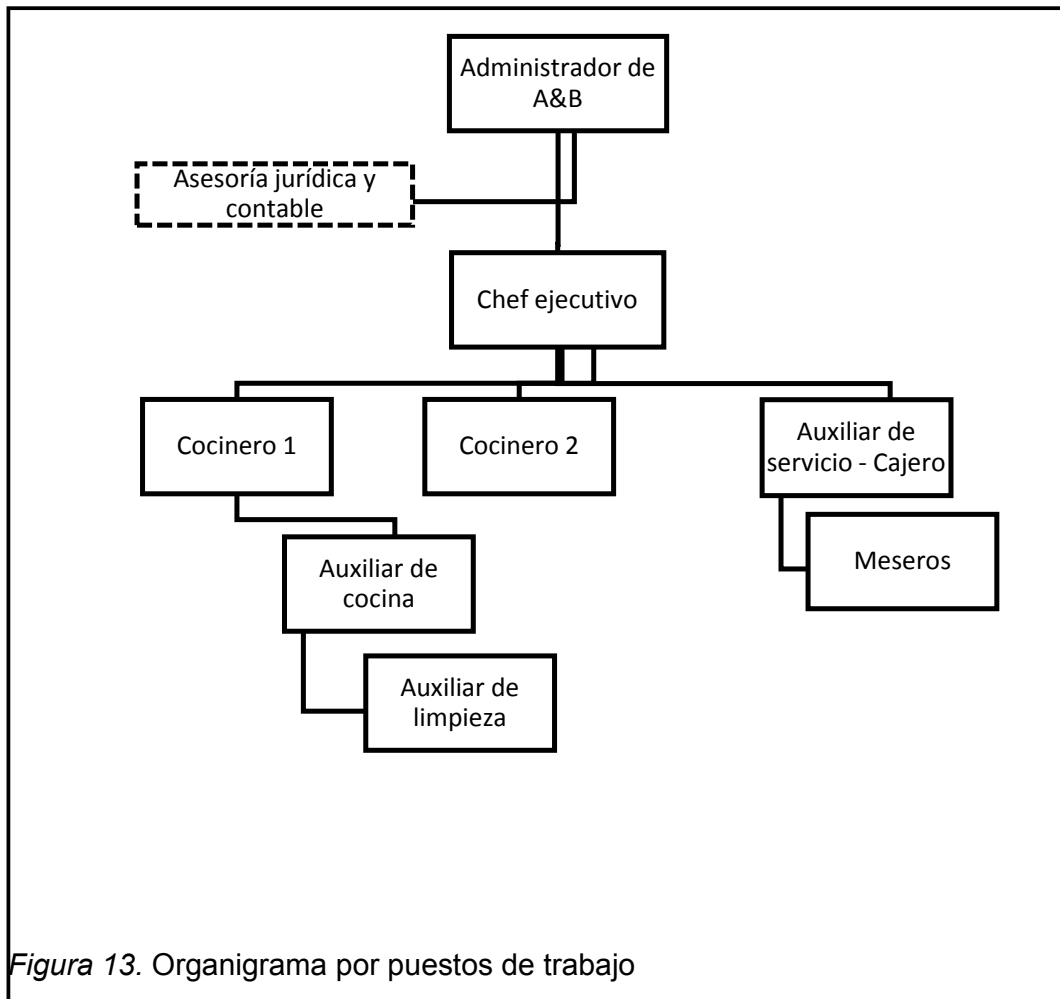
3.1 Razón social de la empresa

Siendo la razón social la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa, el nombre oficial y legal que aparecerá en la documentación que permita constituir la compañía será “Corporación Uvilla”.

3.2 Forma Jurídica

El tipo de compañía que se constituirá será compañía anónima. De acuerdo a esta constitución la compañía está conformada por personas naturales o jurídicas y su responsabilidad está limitada hasta el monto de sus acciones basándonos en la ley vigente. (Super Intendencia de Compañías, 1999)

3.3 Organigrama por puestos de trabajo



3.4 Personal inicial

El requerimiento de personal está pensado considerando el inicio de las operaciones con un bajo nivel de afluencia de comensales y a medida que los mismos aumenten es necesario aumentar los trabajadores tanto para el servicio y la cocina como para el desarrollo de los menús que implica tiempo e investigación así como talento humano capacitado.

Tabla 10. Personal Inicial

CARGO	CANTIDAD DE PERSONAS
Administrador de A&B	1
Chef ejecutivo	1
Cocinero	3
Auxiliar de cocina	2
Auxiliar de limpieza	2
Auxiliar de servicio - Cajero	1
Mesero	4
Total	14

3.5 Análisis y descripción de cargos

Tabla 11. Análisis y descripción de cargos

<p>Nombre del cargo: Administrador de alimentos y bebidas Responde a : Propietario Deberes generales: Planificar, organizar y dirigir las actividades diarias del negocio. Gestionar los recursos humanos, la seguridad y salud ocupacional y la calidad.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer y dirigir los procedimientos operativos y administrativos relacionados al control del personal, de la calidad, la seguridad y salud ocupacional y los sistemas de información.

- Impulsar el desarrollo organizacional de la empresa a fin de conseguir la estructura organizativa y los sistemas de dirección que soporten los objetivos de la empresa.
- Controlar el óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Coordinar el mantenimiento de los equipos y el remplazo de los bienes que pierden su valor y uso.
- Impulsar las actividades encaminadas a crea un ambiente laboral apto para el desarrollo de los trabajadores.
- Seleccionar a proveedores y manejo de relaciones con los clientes.
- Planificar las actividades necesarias para mejorar el desempeño de la organización y alcanzar la eficiencia y la eficacia.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Titulación universitaria en administración o áreas afines. Amplios conocimientos en legislación laboral, gestión de la calidad, administración financiera y técnicas de gestión de personal.
- Experiencia de trabajo: Al menos 2 años en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de planificación y organización. Liderazgo. Capacidad de contacto y persuasión. Iniciativa. Espíritu de equipo.

Responsabilidades:

- Contactos e información: Discreción en asuntos confidenciales de la organización.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones comprendidas en el código de trabajo.

Nombre del cargo: Chef Ejecutivo

Responde a : Administrador de Alimentos y Bebidas

Deberes generales: Planificar, organizar y dirigir las actividades afines a la cocina. Gestionar los recursos humanos, la seguridad y salud ocupacional y la

calidad.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Capacitar al personal en sus áreas de trabajo.
- Estudiar y evaluar el comportamiento de los clientes para el desarrollo de nuevos productos que satisfagan sus expectativas. Diseñar el menú.
- Dirigir los procedimientos operativos relacionados al control del personal, de la calidad y la seguridad y salud ocupacional.
- Impulsar el desarrollo organizacional de la empresa a fin de conseguir la estructura organizativa que soporten los objetivos de la empresa.
- Controlar el óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Impulsar las actividades encaminadas a crea un ambiente laboral apto para el desarrollo de los trabajadores.
- Seleccionar a proveedores y manejo de relaciones con los clientes.
- Planificar las actividades necesarias para mejorar el desempeño de la organización y alcanzar la eficiencia y la eficacia.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Titulación universitaria en artes culinarias. Conocimientos generales en calidad y técnicas de gestión de personal.
- Experiencia de trabajo: Al menos 2 años en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de planificación y organización. Liderazgo. Capacidad de contacto y persuasión. Iniciativa. Espíritu de equipo. Innovación y creatividad.

Responsabilidad:

- Contactos e información: Discreción en asuntos confidenciales de la organización.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones comprendidas en el código de trabajo.

Nombre del cargo: Cocinero (a) polivalente

Responde a : Chef Ejecutivo

Deberes generales: Llevar a cabo las actividades operativas dentro de la cocina. Limpieza y cuidado de los equipos.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Seguir y cumplir los procedimientos operativos relacionados al personal, la calidad y la seguridad y salud ocupacional.
- Hacer óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Preparación de alimentos asignados por el chef ejecutivo.
- Cumplir con algunas asignaciones de limpieza y orden dentro de la cocina.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Preferentemente titulación de institutos de cocina. Amplios conocimientos en comida ecuatoriana.
- Experiencia de trabajo: Al menos 2 años en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de planificación y organización. Liderazgo. Capacidad de iniciativa y plantear alternativas de solución. Espíritu de equipo.

Responsabilidades:

- Equipos e información: Cuidado y discreción en recetas.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones comprendidas en el código de trabajo.

Nombre del cargo: Auxiliar de cocina

Responde a : Chef Ejecutivo

Deberes generales: Llevar a cabo las actividades operativas dentro de la cocina. Colaborar a los cocineros (as).

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Seguir y cumplir los procedimientos operativos relacionados al personal, la calidad y la seguridad y salud ocupacional.
- Hacer óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Colaborar con el desempeño de las actividades asignadas a los cocineros.
- Realizar el inventario de los bienes físicos de la cocina.
- Cumplir con algunas asignaciones de limpieza y orden dentro de la cocina.
- Recepción y almacenamiento de insumos y materia prima.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Preferentemente titulación de institutos de cocina. Amplios conocimientos en comida ecuatoriana.
- Experiencia de trabajo: Al menos 2 años en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de planificación y organización. Liderazgo. Capacidad de contacto y persuasión. Iniciativa. Espíritu de equipo.

Responsabilidades:

- Equipos, insumos e información: Cuidado, control y discreción en recetas.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones

comprendidas en el código de trabajo.

Nombre del cargo: Auxiliar de limpieza

Responde a : Chef Ejecutivo

Deberes generales: Llevar a cabo actividades de limpieza y orden. Pulir y arreglar la vajilla.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Seguir y cumplir los procedimientos operativos relacionados al personal, la calidad y la seguridad y salud ocupacional.
- Hacer óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Cumplir con asignaciones de limpieza y orden dentro de la cocina, principalmente de la vajilla.
- Lavar, secar, pulir y ordenar la vajilla.
- Arreglar y limpiar el local.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Preferiblemente titulación de bachiller. Conocimientos de lectura y escritura requeridos.
- Experiencia de trabajo: Al menos 1 año en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de organización. Iniciativa. Espíritu de equipo.

Responsabilidades:

- Equipos e insumos: Cuidado y control.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones comprendidas en el código de trabajo.

--

Nombre del cargo: Auxiliar de servicio – Cajero (a)

Responde a : Administrador de Alimentos y Bebidas

Deberes generales: Recibir a los clientes, manejo de caja.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Seguir y cumplir los procedimientos operativos relacionados al personal, la calidad y la seguridad y salud ocupacional.
- Hacer óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Cumplir con asignaciones de servicio tales como recibir a los clientes, atender sus inquietudes y asignarles una mesa.
- Realizar el registro de reservaciones.
- Arreglar el local.
- Realizar actividades de tesorería.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Preferiblemente titulación de bachiller. Conocimientos en legislación tributaria, normas de contabilidad y computación básica.
- Experiencia de trabajo: Al menos 1 año en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de planificación y organización. Iniciativa. Espíritu de equipo.

Responsabilidades:

- Equipos e insumos: Cuidado y control.
- Contactos e información: Discreción en asuntos confidenciales de la organización.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones comprendidas en el código de trabajo.

--

Nombre del cargo: Mesero (a)
Responde a : Auxiliar de servicio – Cajero (a)

Deberes generales: Atender a los clientes, realizar actividades de limpieza.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO:

- Seguir y cumplir los procedimientos operativos relacionados al personal, la calidad y la seguridad y salud ocupacional.
- Hacer óptimo uso de los recursos del negocio: equipos, materia prima e instalaciones.
- Cumplir con asignaciones de servicio tales como entregar el menú a los clientes, asesorarlos en la elección de platos, atender sus inquietudes, tomar los pedidos, servir los platos, entregar la cuenta del consumo.
- Arreglar el área de servicio, esto incluye mesas, cubertería, vajilla, entre otros.
- Realizar la limpieza de mesas y áreas de trabajo afines.

ANÁLISIS DEL CARGO:

Requisitos intelectuales:

- Instrucción básica: Preferiblemente titulación de bachiller y certificados de cursos de servicio. Conocimientos en computación básica.
- Experiencia de trabajo: Al menos 1 año en cargos similares.
- Otras aptitudes: Capacidad de planificación y organización. Iniciativa. Espíritu de equipo.

Responsabilidades:

- Equipos e insumos: Cuidado y control.

El incumplimiento a las funciones encomendadas está sujeto a sanciones comprendidas en el código de trabajo.

3.6 Horarios

El restaurante abrirá de martes a viernes de 15:00 a 23:00 horas y el sábado y domingo a las 10:00 a 23:00 horas completando así las 8 horas de todos los empleados pero los cocineros llegaran a 3 horas antes para hacer el mise en place y las compras las realizara el chef en la mañana acompañad de un cocinero designado, con sus respectivas horas extras pagadas a cada uno de los empleados y a medida que la necesidad lo amerite debido al aumento de clientes se irán implementando horarios rotativos y turnos para los empleados.

3.7 Gestión de recursos humanos

3.7.1 Objetivos

- Planificar, organizar y coordinar técnicas que promuevan el desempeño eficiente del personal.
- Desarrollar las habilidades y capacidades de los trabajadores.
- Crear y mantener un ambiente favorable en donde los trabajadores se desarrollan y alcanzan sus objetivos individuales y de la organización.
- Mantener un grupo de recursos humanos hábiles y capaces de cumplir con los objetivos de la organización. (Chiavenato, 2009)

3.7.2 Motivación

La motivación del personal será a través del desarrollo de un ambiente laboral integral, efectivos medios de comunicación, la entrega de incentivos y poder

para tomar decisiones (*empowerment*) y con estos aspectos en conjunto lograr el compromiso de los empleados hacia la empresa.

3.7.3 Capacitación

Los programas de capacitación se llevarán a cabo por el Administrador de A&B y serán de tipo “in situ”, es decir, una capacitación práctica que se recibirá en el lugar de trabajo.

La capacitación en el puesto consistirá en enseñar-aprender una responsabilidad mediante el desempeño de la misma.

Los componentes de esta capacitación serán:

- Mediante instrucción directa: el trabajador recibe la capacitación en el puesto por parte de un trabajador experimentado o el jefe directo.
- Rotación de puestos: el trabajador pasa de un puesto a otro que pueda desempeñar, de acuerdo a las características del puesto y el perfil de la persona, en intervalos planeados.

Si fuera necesaria una capacitación más formal de tipo técnica profesional o de perfeccionamiento mediante cursos o seminarios, deberá ser determinada y planificada por el Administrador de A&B, quien deberá presentar un plan referente a la capacitación requerida, los objetivos y los costos de la misma para que sea aprobada por los socios del negocio. (Chiavenato, 2009)

3.7.4 Proceso y sistema de contratación

Reclutamiento

El proceso de reclutamiento de personal se realizará en 2 etapas:

1. Reclutamiento interno: llenar la vacante mediante la reubicación de sus empleados a través de movimientos horizontales o verticales de personal.

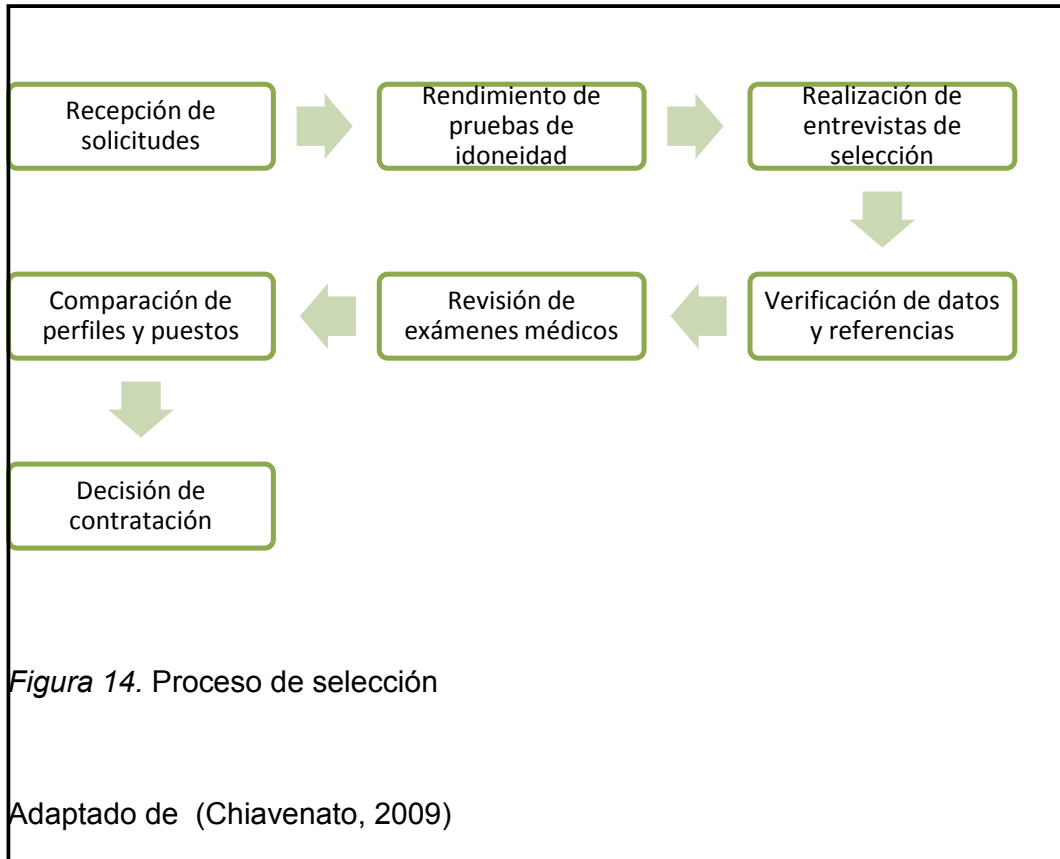
Si no es posible llenar la vacante de esta manera o al hacerlo aún se tiene un puesto vacío se recurrirá al reclutamiento externo.

2. Reclutamiento externo: búsqueda en el mercado de recursos humanos que cumplan con las características y cualidades que el puesto y la organización requieren. (Chiavenato, 2009)

Selección

Con el objetivo de escoger a los candidatos más adecuados para satisfacer las necesidades de la organización, la selección de personal se llevará a cabo mediante un proceso que incluye la realización de pruebas de idoneidad (pruebas psicológicas y simulacros de situaciones de trabajo), entrevistas que permitan conocer mejor a los candidatos, evaluación del estado de salud y la comparación entre las especificaciones del cargo y el perfil del candidato y finalmente se tomará la decisión. (Chiavenato, 2009)

El proceso de selección se estructura de la siguiente manera:



3.7.5 Tipos de contratos

Tomando en cuenta la legislación laboral del país, los tipos de contratos que serán utilizados para formalizar las relaciones laborales dentro de la empresa serán contratos a plazo fijo de un (1) año.

El modelo de contrato que se adoptará se muestra en el anexo 3:

3.7.6 Establecimiento de sueldos

Por ser el inicio de las actividades del negocio, el establecimiento de los sueldos de todos los cargos será considerando a los mínimos legales según las ramas de actividad establecidas por el Ministerio de Relaciones Laborables (MRL) y además buscando obtener la lealtad de los trabajadores se ha establecido un sueldo realista al mercado y a las expectativas salariales.

Tabla 12. Sueldos

CARGO	SUELDO
Administrador de A&B	\$1000
Chef ejecutivo	\$ 950
Cocinero polivalente	\$ 650
Auxiliar de cocina	\$ 500
Posillero	\$ 450
Auxiliar de servicio - Cajero	\$ 450
Mesero/salonero polivalente	\$ 450
Asesoría jurídica contable	\$ 50

Nota: El sueldo se aumenta con el 10 % de servicio de cada mes

Adaptado de Ministerio de Relaciones Laborales

3.7.7 Cultura organizacional

La filosofía de la empresa es brindar una experiencia única al comensal mediante el empleo de recursos humanos que aman la comida ecuatoriana, la conocen y trabajan con pasión por mantener los sabores de su tierra además de ser innovadores y siempre buscando mejorar.

Esta filosofía y estilo del negocio se fundamenta en los siguientes valores:

- Puntualidad
- Respeto
- Compañerismo
- Honestidad

- Amabilidad
- Alegría

3.7.8 Equipo directivo

El equipo directivo de la organización estará integrado por:

Tabla 13. Equipo Directivo

Propietarios	Toman las decisiones determinantes del negocio, principalmente aquellas relacionadas al crecimiento, expansión y posicionamiento de la organización.
Administrador de A&B	Coordina y controla las actividades diarias operativas del negocio, manejo de personal.
Chef ejecutivo	Planifica y organiza el trabajo de los empleados en cocina y área de servicio.

3.8 Acuerdos y contratos con otras empresas

Durante el inicio de operaciones el único acuerdo que se tendrá con otras empresas será con la empresa Datafast para poder cobrar con tarjeta de crédito a nuestro segmento de mercado que en su mayoría usa esta forma de pago.

3.9 Política de servicio

El Chef será el encargado de la capacitación del personal de servicio y de diseñar la secuencia de servicio que se deberá seguir al pie de la letra según el considere necesario para el menú o los menús que se hayan diseñado pues cada menú puede tener diferente estilo de servicio.

Pasos a seguir para dar un buen servicio al cliente.

- ✓ siempre mostrar una sonrisa
- ✓ Llegada del cliente: el momento en que el comensal o comensales ingresen el mesero anfitrión saludara amablemente y dará la bienvenida a los comensales comprobara su reservación si existe y le guiara hasta la mesa designada.
- ✓ Una vez en la mesa: El mesero a cargo del rango en el que se encuentre la mesa se presentará amigablemente le explicara el menú del día que estará en la pizarra explicando cualquier inquietud de los clientes.
- ✓ Toma de la comanda: La comanda se hará en papel simple y se especificara el número de mesa. El número de pax. Y el menú que cada persona escogió numerando en sentido horario con respecto a la puerta de ingreso a los comensales para saber que plato es para cada persona.
- ✓ Carta de Vinos y bebidas: una vez tomada la decisión el mesero presentara la carta de vinos y bebidas al cliente recomendando la bebida que maride bien con el menú escogido por el comensal.
- ✓ Snack de cortesía: se entregara un snack de cortesía a cada comensal para la espera mientras llega el primer plato de su menú.
- ✓ Bebida: A continuación se entregara la bebida escogida por el comensal ya sea el vino o la bebida de la carta.
- ✓ Servicio: Durante la comida los meseros servirán una mesa completa a la vez de ser necesario más de un mesero pasara platos a la mesa y el mesero a cargo de la mesa explicara el plato a los comensales de la mesa.
- ✓ Final: Una vez que los comensales hayan terminado su menú el mesero ofrecerá café y bebidas calientes a los comensales junto con petit fours de cortesía.

- ✓ Despedida: El mesero despedirá amablemente a los comensales y los acompañara a la salida.

3.10 Menús

3.10.1 Política de Menús

Creación del menú

La creación del menú estará a cargo de chef y se realizara fuera de los días laborables de ser necesario los cocineros ayudaran en el desarrollo e investigación del mismo con sus respectivas horas extras pagadas además de ser necesario el chef puede requerir la contratación de personal adicional para esta etapa o a su vez el uso de practicantes de últimos semestres de la carrera de gastronomía para aportar un aire joven a la creación de menús y aportar a la sociedad y cultura gastronómica de país.

El método para la creación del menú estará basado en la disponibilidad, precio y calidad de los ingredientes ya sean de los proveedores o de los que se puedan conseguir en los mercados.

Todos los menús estarán conformados de un mínimo de 5 platos y de un máximo de 12 según sea la ocasión.

Los menús se cambiaran cada 2-4 Semanas y además se desarrollaran menús para las fechas especiales como San Valentín, Navidad, Fin de Año, etc. (Adriá)

Recetas estándar

Las recetas tendrán el mismo formato para su fácil implementación e irán cambiando en el transcurso de los servicios puliendo la preparación cada vez

hasta tener un plato perfecto y se hayan dominado todas las técnicas requeridas.

Ver Anexo 6 (recetas y lista de precios).

3.10.2 Menú inicial

El menú estará ubicado en una pizarra negra con el logo del restaurante en donde se escribirá una breve descripción de los platos que será complementada por el mesero.

La carta de Bebidas y Vinos será impresa, se entregará al cliente después de la explicación del menú, además el mesero recomendará la bebida que mejor maride con el menú del día respetando los gustos del comensal.

El menú de inicio de operaciones será el siguiente:



Figura 15. Menú pizarra

Como se puede ver el menú será escrito en una pizarra y cambiara de acuerdo a los nuevos precios, menús y fechas especiales; cabe destacar que los snack de cortesía no estará escritos en la pizarra sino que llegaran como sorpresa al comensal y pueden cambiar cada día dependiendo de la disponibilidad de ingredientes.

La carta de bebidas será la siguiente:



Figura 16. Menú bebidas 1

Reserva		
1998	Aventus, Merlot y Syrah tinto Español	\$250,00
1995	Beronia Gran Reserva Rioja tinto español	\$60,00
1991	Vega Sicilia Ribera del Duero tinto 1991 español 386.30	\$475,00
Reserva	Marques de Cáceres Reserva Rioja (150 cl.) blanco español	\$125,00

Blanco		
2006	Santa Helena Late Harvest blanco chileno	\$ 19,00
2004	Carmen Chardonnay blanco chileno	\$ 30,00
2005	Barton & Guestier Sauvignon Blanc blanco francés	\$ 24,00
2006	Castillo de Liria Blanc blanco 2006 español	\$ 15,00
2004	Calvet Reserva Bourdeaux blanco 2004 francés	\$ 33,00

Tinto		
2001	Corte Dei Mori Negro Dávola tinto italiano	\$ 40,00
2005	Viña Maipo Merlot tinto 2005 chileno	\$ 19,00
2005	Montes Reserva Merlot tinto 2005 chileno	\$ 22,00
2006	Casillero del Diablo Pinot Noir tinto 2006 chileno	\$ 18,00
2004	Rutini Malbec tinto 2004 argentino	\$ 33,00
1999	Ernest & Julio Gallo Cabernet Sauvignon tinto 1999 EEUU	\$ 34,00

Cócteles		
	Daiquiri de Maracuyá con caviar de chocolate	\$ 8,50
	Mojito con hierba Luisa	\$ 7,50
	Michelada con ají mirasol	\$ 6,00
	Canelazo Sour	\$ 6,50

Figura 17. Menú bebidas 2

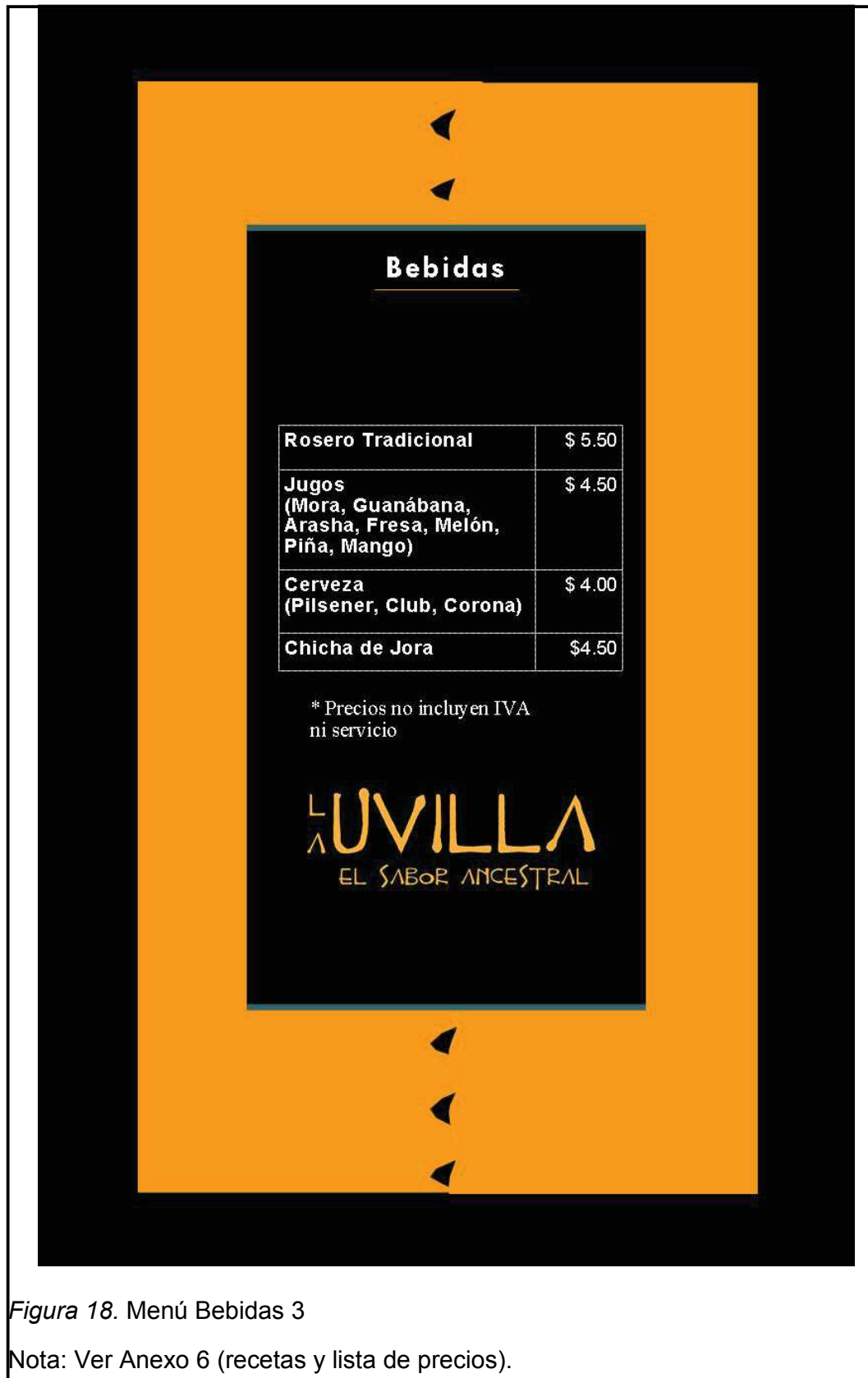


Figura 18. Menú Bebidas 3

Nota: Ver Anexo 6 (recetas y lista de precios).

3.11 Distribución de local

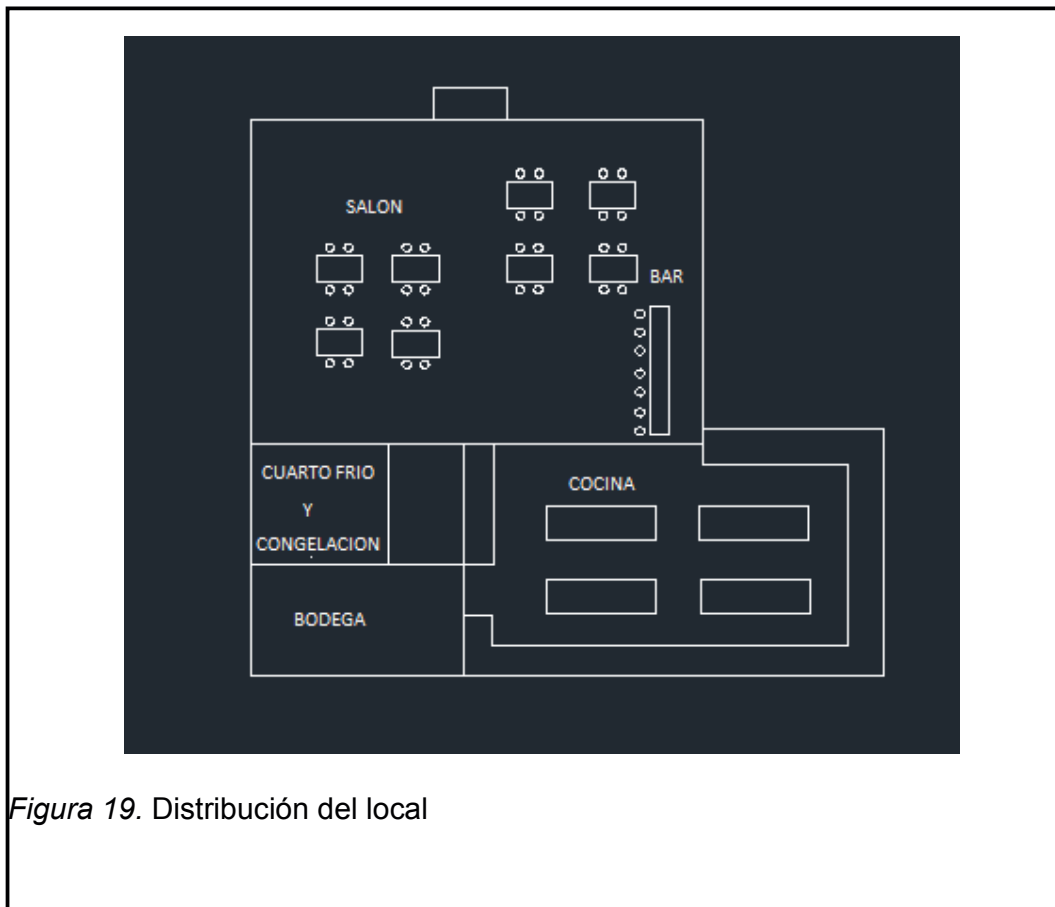


Figura 19. Distribución del local

Capitulo IV. Plan Financiero

4.1 Presupuesto de Inversión

En el presupuesto de inversión se especifica todos los equipos, accesorios, útiles y herramientas necesarias para el inicio de operaciones del restaurante que pasaran a ser parte de los activos fijos de la empresa. Además se incluyen los gastos de constitución y el capital de trabajo inicial. De este presupuesto se establecerá el monto necesario para financiar el proyecto con un préstamo.

4.1.1 Uniformes

Los uniformes serán negros y llevara el logo de la empresa en el pecho, cada empleado tendrá 2 uniformes.

Tabla 14. Uniformes

Uniformes			
ítem	cantidad	costo unitario	costo total
Pantalon Chef	16	\$ 16,38	\$ 262,08
Chaqueta Chef	16	\$ 20,09	\$ 321,44
Gorro chef desechable	16	\$ 2,67	\$ 42,72
Delantal chef grade	8	\$ 8,57	\$ 68,56
Delantar chef pecho	8	\$ 13,26	\$ 106,08
Blusa camisero dacron	4	\$ 19,64	\$ 78,56
Pantalón mujer	4	\$ 3,57	\$ 14,28
Corbatín	4	\$ 18,53	\$ 74,12
Chaleco mujer	4	\$ 7,86	\$ 31,44
Delantal chef con bolsilos	4	\$ 15,91	\$ 63,64
Camisa dacron	4	\$ 3,57	\$ 14,28
Corbatín	4	\$ 19,64	\$ 78,56
Chaleco hombre	4	\$ 18,53	\$ 74,12
		TOTAL UNIFORMES	\$ 1.229,88

Nota: Cotizaciones Anexo 2

4.1.2 Equipos y menaje cocina

Estos son los equipos necesarios para el inicio de actividades del restaurante debidamente cotizados.

Tabla 15. Equipos y menaje

BATERÍA DE COCINA			
Ítem	CANTIDAD	Costo Unitario	Costo Total
Balanza Electrónica	1	\$ 189,00	\$ 189,00
Bandeja Antideslizante	2	\$ 15,50	\$ 31,00
Bandeja Plástica	10	\$ 4,59	\$ 45,90
Batidor de mano	2	\$ 4,29	\$ 8,58
Boleadora de Helados	1	\$ 13,07	\$ 13,07
Bowl base silicona	5	\$ 7,88	\$ 39,40
Bowl Mediano	5	\$ 1,91	\$ 9,55
Bowl Pequeño	10	\$ 1,09	\$ 10,90
Calentador	2	\$ 80,35	\$ 160,70
Chaira	1	\$ 10,76	\$ 10,76
Chino	2	\$ 31,25	\$ 62,50
Chuchillo Cebollero	4	\$ 10,09	\$ 40,36
Cocteleras	2	\$ 12,95	\$ 25,90
Colador	3	\$ 4,66	\$ 13,98
Cuchareta	3	\$ 8,13	\$ 24,39
Cucharon Grande	2	\$ 16,31	\$ 32,62
Cucharon Mediano	2	\$ 2,39	\$ 4,78
Cuchillo fileteador	2	\$ 6,55	\$ 13,10
Cuchillo Sierra	2	\$ 6,87	\$ 13,74
Diablo	1	\$ 6,13	\$ 6,13
Espátula de codo	2	\$ 2,57	\$ 5,14
Espátula de goma	3	\$ 2,57	\$ 7,71
Espátula Fritura	2	\$ 6,13	\$ 12,26
Espumadera	2	\$ 11,48	\$ 22,96
Exprimidor	2	\$ 3,57	\$ 7,14
Jarra de metal	2	\$ 25,51	\$ 51,02
Pasa puré	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Lata horno	2	\$ 26,52	\$ 53,04
Abre Latas	1	\$ 8,80	\$ 8,80
Molde circular	2	\$ 3,34	\$ 6,68
Molde cuadrado	2	\$ 6,65	\$ 13,30

Olla 1,9 lts	3	\$ 32,23	\$ 96,69
Olla 7,2 lts	3	\$ 66,33	\$ 198,99
Olla 20 lts	2	\$ 133,04	\$ 266,08
Olla 50 lts	1	\$ 245,83	\$ 245,83
Olla de presión 10 lts	2	\$ 56,32	\$ 112,64
Pastolina	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Pelador	2	\$ 3,19	\$ 6,38
Pinza metal	3	\$ 2,70	\$ 8,10
Puntilla	2	\$ 2,60	\$ 5,20
Rallador	2	\$ 2,53	\$ 5,06
Rodillo	2	\$ 29,34	\$ 58,68
Saca bocados	2	\$ 3,57	\$ 7,14
Silpad	2	\$ 24,23	\$ 48,46
Tabla de picar	5	\$ 23,47	\$ 117,35
Termómetro	2	\$ 25,51	\$ 51,02
Tijeras Cocina	2	\$ 16,01	\$ 32,02
Wok	2	\$ 17,20	\$ 34,40
Manga Pastelera	2	\$ 4,03	\$ 8,06
Boquillas pasteleras	1	\$ 55,25	\$ 55,25
Sartén Acero 24 cm	3	\$ 28,05	\$ 84,15
Sartén Acero 28 cm	2	\$ 36,73	\$ 73,46
Sartén Acero 32 cm	2	\$ 51,03	\$ 102,06
			\$
		Total final	2.708,43

Equipo de Cocina			
Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cafetera 2 dispensadores	1	\$ 5.800,00	\$ 5.800,00
Cocina acero 6 QUEMADORES CROYDON	1	\$ 2.346,11	\$ 2.346,11
Congelador Vertical HARDMAN	1	\$ 3.406,14	\$ 3.406,14
Selladora al vacío 3kg marca SULPACK	1	\$ 3.340,06	\$ 3.340,06
Freidora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Parrilla Estriada HARDMAN	1	\$ 1.204,83	\$ 1.204,83
Horno Convección	1	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00

Batidora 20 lts HARDMAN	1	\$ 1.515,36	\$ 1.515,36
Rebanadora de embutidos 22cm diam.	1	\$ 1.148,49	\$ 1.148,49
Licuada 4 lts METVISA	1	\$ 493,92	\$ 493,92
Molino de carne 120kg /h	1	\$ 739,78	\$ 739,78
Mueble lavadora manual	1	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00
Mesas de Trabajo acero 210x80x80	6	\$ 612,86	\$ 3.677,16
Micro Ondas	1	\$ 182,86	\$ 182,86
Flameador	1	\$ 61,28	\$ 61,28
Plancha freidora HARDMAN	1	\$ 1.404,48	\$ 1.404,48
Refrigerador HARDMAN	1	\$ 3.031,09	\$ 3.031,09
Salamandra HARDMAN	1	\$ 808,14	\$ 808,14
Trampa de grasa	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Campana extractora	1	\$ 1.450,00	\$ 1.450,00
		Total Final	\$ 34.789,70

Nota: Cotizaciones Anexo 2

4.1.3 Vajilla y cristalería

Aquí se detalla la vajilla y cristalería necesaria para el inicio de actividades considerando un excedente en caso de roturas o pérdidas.

Tabla 16. Vajilla y Cristalería

Vajilla y Cristalería			
Ítem	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Plato Cristal Cuadrado	50	\$ 12,50	\$ 625,00
Plato Largo Rectangular	50	\$ 13,00	\$ 650,00
Plato Huevo	50	\$ 14,00	\$ 700,00

Plato Pasta	50	\$ 9,00	\$ 450,00
Plato Gota	50	\$ 8,00	\$ 400,00
Plato base 33cm redondo	50	\$ 6,91	\$ 345,50
Plato hondo 16 cm	50	\$ 8,37	\$ 418,50
Plato pando 39 cm	50	\$ 7,44	\$ 372,00
Taza café	25	\$ 10,57	\$ 264,25
Plato café	25	\$ 2,55	\$ 63,75
Tenedor	75	\$ 0,57	\$ 42,75
Cuchillo	75	\$ 0,90	\$ 67,50
Cuchara sopera	75	\$ 0,75	\$ 56,25
Cuchara postre	75	\$ 0,50	\$ 37,50
Tenedor postre	75	\$ 0,70	\$ 52,50
Copas	120	\$ 0,80	\$ 96,00
Cuchara café	75	\$ 0,50	\$ 37,50
Vasos jugo	120	\$ 0,69	\$ 82,80
TOTAL			\$ 4.761,80

Nota: Cotizaciones Anexo 2

4.1.4 Muebles y Lencería

Es el conjunto de Ítems necesarios para la decoración y adecuación del restaurante para recibir a sus comensales.

Tabla 17. Muebles y lencería

Muebles y Lencería			
Ítem	Cantidad	Costo unitario	Total
Juego mesas sillas	8	\$ 600,00	\$ 4.800,00
Sofá	1	\$ 170,00	\$ 170,00
barra	1	\$ 500,00	\$ 500,00
taburetes	8	\$ 50,00	\$ 400,00
manteles blancos	24	\$ 20,00	\$ 480,00
servilletas tela	64	\$ 1,00	\$ 64,00
			\$ 0,00
			\$ 0,00
			\$ 0,00
TOTAL			\$ 6.414,00

Nota: Cotizaciones Anexo 2

4.1.5 Equipos de Oficina y Accesorios

Son los equipos necesarios para realizar las actividades administrativas de la empresa.

Tabla 18. Equipos de oficina y accesorios

Equipos de Oficina			
Computador	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00
Impresora	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Fax	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total Equipos de oficina			\$ 1.420,00
Accesorios y Decoración			
Equipo de Sonido Panasonic	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Lámparas de Colicotes K4813	8	\$ 10,83	\$ 86,64
Lámparas de colicotes k4477	4	\$ 58,46	\$ 233,84
Cuadros Decorativos	7	\$ 120,00	\$ 840,00
floreros	8	\$ 5,00	\$ 40,00
Cortinas	6	\$ 250,00	\$ 1.500,00
Caja Registradora	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Total accesorios y decoración			4.320,48
TOTAL			5.740,48

Nota: Cotizaciones Anexo 2

4.1.6 Gastos Extras

Los gastos extras componen los gastos de constitución de la empresa como papeles y trámites legales además de los honorarios del abogado y notario, también los permisos y los gastos de adecuación del local como mantenimiento y pintura además de la bombona de gas

Tabla 20. Gastos Extras

Gastos Extras	
Gastos de Constitución	
Abogado	\$ 250,00
Notarización de la minuta	\$ 26,00
Permisos funcionamiento	\$ 1.250,00
Total Gastos de Constitución	\$ 1.526,00
Gastos de Adecuación del Local	\$ 2.000,00
Bombona de gas	\$ 3.800,00
TOTAL OTROS	\$ 8.852,00

4.1.7 Total de Inversión inicial

Es la suma de todos los insumos necesarios para iniciar las actividades del restaurante el mismo que será el valor del préstamo necesario para financiar la implementación del restaurante

Tabla 21. Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Activos Fijos	Valor Total
Menaje cocina	\$ 2.708,43
Equipos cocina	\$ 34.789,70
Cristalería	\$ 4.761,80
Muebles y lencería	\$ 6.414,00
Uniformes	\$ 1.229,88
Equipos oficina, accesorios- decoración	\$ 5.740,48
Gastos Extras	\$ 8.852,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 64.496,29

Activos Corrientes	
Caja Chica	\$ 300,00
Capital de Trabajo(primer mes)	\$ 25.000,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 25.300,00
TOTAL INVERSIÓN NECESARIA	\$ 89.796,29

4.2 Presupuesto de financiamiento

El Financiamiento se realizara mediante un préstamo con el 18 por ciento de interés anual. Aquí la tabla de amortización del crédito.

Tabla 22. Amortización del Crédito

Tabla de Amortización del Crédito					
Periodo (Año)	Capital	Interés	Anualidad	Amortización	Saldo Capital
0	\$89.796,29	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 89.796,29
1	\$ 14.621,31	\$ 16.163,33	\$ 28.714,86	\$ 12.551,53	\$77.244,76
2	\$ 14.840,63	\$ 13.904,06	\$ 28.714,86	\$ 14.810,81	\$62.433,95
3	\$ 15.063,23	\$ 11.238,11	\$ 28.714,86	\$ 17.476,75	\$44.957,20
4	\$ 15.289,18	\$ 8.092,30	\$ 28.714,86	\$ 20.622,57	\$24.334,63
5	\$ 15.518,52	\$ 4.380,23	\$ 28.714,86	\$ 24.334,63	\$0,00

4.3 Cálculo estimativo de la nómina salarial

Por ser el inicio de las actividades del negocio, el establecimiento de los sueldos de todos los cargos será tomando en cuenta los mínimos legales según las ramas de actividad establecidas por el Ministerio de Relaciones Laborables (MRL) y en base a estos se considerará un incremento en los mismos para lograr la fidelidad de los empleados del restaurante y tener una rotación baja.

Tabla 23. Nomina Salarial

Nómina de Trabajadores									
CARGO	SUELDO	PERSONAL REQUERIDO	APORTE PERSONAL IESS	APORTE PATRONAL IESS	13°	14°	VACACIONES	TOTAL X EMPLEADO	TOTAL
Administrador de A&B	\$ 1.000,00	1	\$ 93,50	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 26,50	\$ 41,67	\$ 1.273,00	\$ 1.273,00
Chef ejecutivo	\$ 950,00	1	\$ 88,83	\$ 115,43	\$ 79,17	\$ 26,50	\$ 39,58	\$ 1.210,68	\$ 1.210,68
Cocinero polivalente	\$ 650,00	3	\$ 60,78	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 26,50	\$ 27,08	\$ 836,73	\$ 2.510,18
Ayudante de cocina	\$ 500,00	2	\$ 46,75	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 20,83	\$ 649,75	\$ 1.299,50
Pocillero	\$ 450,00	2	\$ 42,08	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 18,75	\$ 587,43	\$ 1.174,85
Auxiliar de servicio – Cajero	\$ 450,00	1	\$ 42,08	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 18,75	\$ 587,43	\$ 587,43
Mesero/Salero polivalente	\$ 450,00	4	\$ 42,08	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 26,50	\$ 18,75	\$ 587,43	\$ 2.349,70
Asesoría Jurídica - Contable	\$ 50,00	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 50,00
VALOR TOTAL DE NÓMINA (MENSUAL)									\$ 10.455,33

Adaptado de Ministerio de relaciones laborales

4.5 Gastos Fijos de Funcionamiento

Son gastos que se tienen mensualmente como parte del funcionamiento del restaurante y están presupuestados estimando un aproximado según los precios del mercado.

Tabla 24. Gastos Fijos

Gastos Fijos de Funcionamiento		
Gastos	Costo mensual	Costo anual
Arriendo	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
Software gastronómico	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Útiles de oficina	\$ 20,00	\$ 240,00
Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 600,00
Útiles de limpieza	\$ 30,00	\$ 360,00
Capacitación	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Datafast	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Publicidad	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Seguros	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Merchandising	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Lavandería	\$ 100,00	\$ 1.200,00
	TOTAL ANUAL	\$ 42.720,00

4.6 Costos Ventas

Considerando las tablas de gastos de nómina además de un estimado de agua, luz y gas y con las recetas estándar agregando el costo estimado de los snack y bebidas, el vale promedio, tenemos el gasto mensual que el restaurante tendrá como gastos variables que dependen de la producción.

Tabla 25. Costos ventas

COSTO DE VENTAS (Costos Variables)													
MES	Mano de obra directa	Agua y luz	Gas	Desechables	Ingredientes							Costo por cotesias (Amenities & Petit Fours = \$1,50 X persona)	TOTAL COSTOS
					Cantidad cubiertos mes (22 Días)	Costo Alimentos por pax	Costo Alimentos Total	Costo Bebidas por pax	Costo Bebidas Total	Costo alimentos y bebidas promedio por pax	Costo Total A & B		
Enero	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1210	\$ 17,33	\$ 20.963,25	\$ 7,43	\$ 8.984,25	\$ 24,75	\$ 29.947,50	\$ 1.815,00	\$ 42.687,83
Febrero	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1320	\$ 17,33	\$ 22.869,00	\$ 7,43	\$ 9.801,00	\$ 24,75	\$ 32.670,00	\$ 2.640,00	\$ 46.235,33
Marzo	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1320	\$ 17,33	\$ 22.869,00	\$ 7,43	\$ 9.801,00	\$ 24,75	\$ 32.670,00	\$ 2.640,00	\$ 46.235,33
Abril	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1430	\$ 17,33	\$ 24.774,75	\$ 7,43	\$ 10.617,75	\$ 24,75	\$ 35.392,50	\$ 2.860,00	\$ 49.177,83
Mayo	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1430	\$ 17,33	\$ 24.774,75	\$ 7,43	\$ 10.617,75	\$ 24,75	\$ 35.392,50	\$ 2.860,00	\$ 49.177,83
Junio	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1430	\$ 17,33	\$ 24.774,75	\$ 7,43	\$ 10.617,75	\$ 24,75	\$ 35.392,50	\$ 2.860,00	\$ 49.177,83
Julio	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1430	\$ 17,33	\$ 24.774,75	\$ 7,43	\$ 10.617,75	\$ 24,75	\$ 35.392,50	\$ 2.860,00	\$ 49.177,83
Agosto	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1540	\$ 17,33	\$ 26.680,50	\$ 7,43	\$ 11.434,50	\$ 24,75	\$ 38.115,00	\$ 3.080,00	\$ 52.120,33
Septiembre	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1540	\$ 17,33	\$ 26.680,50	\$ 7,43	\$ 11.434,50	\$ 24,75	\$ 38.115,00	\$ 3.080,00	\$ 52.120,33
Octubre	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1540	\$ 17,33	\$ 26.680,50	\$ 7,43	\$ 11.434,50	\$ 24,75	\$ 38.115,00	\$ 3.080,00	\$ 52.120,33
Noviembre	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1650	\$ 17,33	\$ 28.586,25	\$ 7,43	\$ 12.251,25	\$ 24,75	\$ 40.837,50	\$ 3.300,00	\$ 55.062,83
Diciembre	\$ 10.455,33	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 70,00	1650	\$ 17,33	\$ 28.586,25	\$ 7,43	\$ 12.251,25	\$ 24,75	\$ 40.837,50	\$ 3.300,00	\$ 55.062,83
COSTO DE VENTAS AL AÑO													\$ 598.356,40

4.7 Ventas estimadas (Ingresos brutos A &B)

Considerando que tendremos un restaurante con 40 puestos estimamos una baja rotación al inicio de actividades. Además se considera que el restaurante abrirá 5 días a la semana; el cheque promedio se ha obtenido en base a las recetas estándar del menú y considerando que los comensales además pedirán bebidas vemos que el cheque promedio está dentro del rango de consumo que las encuestas nos arrojaron para el segmento de mercado al que estamos dirigidos.

Tabla 26. Ventas estimadas

Ventas estimadas (Ingresos brutos A & B)										
MES	N° cubiertos diarios (promedio diario)	N° Cubiertos al mes	Cheque promedio Estimado			Ingresos alimentos 73,33 %	Ingresos Bebidas 26,67%	VENTAS (Ingresos brutos A & B)	10% servicio	SRI (IVA)
			Alimentos (73.33%)	Bebidas (26,67%)	Total					
Enero	55	1210	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 66.550,00	\$ 24.200,00	\$ 90.750,00	\$ 9.075,00	\$ 10.890,00
Febrero	60	1320	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 72.600,00	\$ 26.400,00	\$ 99.000,00	\$ 9.900,00	\$ 11.880,00
Marzo	60	1320	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 72.600,00	\$ 26.400,00	\$ 99.000,00	\$ 9.900,00	\$ 11.880,00
Abril	65	1430	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 78.650,00	\$ 28.600,00	\$ 107.250,00	\$ 10.725,00	\$ 12.870,00
Mayo	65	1430	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 78.650,00	\$ 28.600,00	\$ 107.250,00	\$ 10.725,00	\$ 12.870,00
Junio	65	1430	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 78.650,00	\$ 28.600,00	\$ 107.250,00	\$ 10.725,00	\$ 12.870,00
Julio	65	1430	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 78.650,00	\$ 28.600,00	\$ 107.250,00	\$ 10.725,00	\$ 12.870,00
Agosto	70	1540	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 84.700,00	\$ 30.800,00	\$ 115.500,00	\$ 11.550,00	\$ 13.860,00
Septiembre	70	1540	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 84.700,00	\$ 30.800,00	\$ 115.500,00	\$ 11.550,00	\$ 13.860,00
Octubre	70	1540	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 84.700,00	\$ 30.800,00	\$ 115.500,00	\$ 11.550,00	\$ 13.860,00
Noviembre	75	1650	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 90.750,00	\$ 33.000,00	\$ 123.750,00	\$ 12.375,00	\$ 14.850,00
Diciembre	75	1650	\$ 55,00	\$ 20,00	\$ 75,00	\$ 90.750,00	\$ 33.000,00	\$ 123.750,00	\$ 12.375,00	\$ 14.850,00
						\$ 961.950,00	\$ 349.800,00			
TOTAL VENTAS AL AÑO (Ingresos brutos A \$ B)						\$ 1.311.750,00				

4.8 Flujo de caja mensual

En el flujo de caja mensual se indica los ingresos por ventas de alimentos y bebidas mensuales del primer año y de estos ingresos brutos se descuentan los gastos fijos y variables para conocer la utilidad al final de cada mes y también indica el monto a pagar por IVA y servicio mensual.

Tabla 27. Flujo de caja mensual

FLUJO DE CAJA MENSUAL (Estimado del primer año)												
Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingresos												
Alimentos	\$ 66.550,00	\$ 72.600,00	\$ 72.600,00	\$ 78.650,00	\$ 78.650,00	\$ 78.650,00	\$ 78.650,00	\$ 84.700,00	\$ 84.700,00	\$ 84.700,00	\$ 90.750,00	\$ 90.750,00
Bebidas	\$ 24.200,00	\$ 26.400,00	\$ 26.400,00	\$ 28.600,00	\$ 28.600,00	\$ 28.600,00	\$ 28.600,00	\$ 30.800,00	\$ 30.800,00	\$ 30.800,00	\$ 33.000,00	\$ 33.000,00
Total Ingresos A & B	\$ 90.750,00	\$ 99.000,00	\$ 99.000,00	\$ 107.250,00	\$ 107.250,00	\$ 107.250,00	\$ 107.250,00	\$ 115.500,00	\$ 115.500,00	\$ 115.500,00	\$ 123.750,00	\$ 123.750,00
Egresos (Gastos Variables)												
Mano de obra directa	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33	\$ 10.455,33
Agua y luz	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gas	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Desechables	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00
Costo Alimentos	\$ 20.963,25	\$ 22.869,00	\$ 22.869,00	\$ 24.774,75	\$ 24.774,75	\$ 24.774,75	\$ 24.774,75	\$ 26.680,50	\$ 26.680,50	\$ 26.680,50	\$ 28.586,25	\$ 28.586,25
Costo bebidas	\$ 8.984,25	\$ 9.801,00	\$ 9.801,00	\$ 10.617,75	\$ 10.617,75	\$ 10.617,75	\$ 10.617,75	\$ 11.434,50	\$ 11.434,50	\$ 11.434,50	\$ 12.251,25	\$ 12.251,25
Costo A&B(31.73%) *	\$ 29.947,50	\$ 32.670,00	\$ 32.670,00	\$ 35.392,50	\$ 35.392,50	\$ 35.392,50	\$ 35.392,50	\$ 38.115,00	\$ 38.115,00	\$ 38.115,00	\$ 40.837,50	\$ 40.837,50
Costo cortesias	\$ 1.815,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.860,00	\$ 2.860,00	\$ 2.860,00	\$ 2.860,00	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00	\$ 3.300,00	\$ 3.300,00
TOTAL EGRESOS	\$ 42.687,83	\$ 46.235,33	\$ 46.235,33	\$ 49.177,83	\$ 49.177,83	\$ 49.177,83	\$ 49.177,83	\$ 52.120,33	\$ 52.120,33	\$ 52.120,33	\$ 55.062,83	\$ 55.062,83
Utilidad Bruta mensual												
Utilidad Bruta mensual	\$ 48.062,18	\$ 52.764,68	\$ 52.764,68	\$ 58.072,18	\$ 58.072,18	\$ 58.072,18	\$ 58.072,18	\$ 63.379,68	\$ 63.379,68	\$ 63.379,68	\$ 68.687,18	\$ 68.687,18
SRI (IVA 12%)	\$ 10.890,00	\$ 11.880,00	\$ 11.880,00	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00	\$ 13.860,00	\$ 13.860,00	\$ 13.860,00	\$ 14.850,00	\$ 14.850,00
10% Servicio	\$ 9.075,00	\$ 9.900,00	\$ 9.900,00	\$ 10.725,00	\$ 10.725,00	\$ 10.725,00	\$ 10.725,00	\$ 11.550,00	\$ 11.550,00	\$ 11.550,00	\$ 12.375,00	\$ 12.375,00
GASTOS FIJOS												
Gastos Funcionamiento	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00	\$ 3.560,00
Gastos Financiamiento	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91	\$ 2.392,91
Utilidad mensual Antes de Imp												
Utilidad mensual Antes de Imp	\$ 42.109,27	\$ 46.811,77	\$ 46.811,77	\$ 52.119,27	\$ 52.119,27	\$ 52.119,27	\$ 52.119,27	\$ 57.426,77	\$ 57.426,77	\$ 57.426,77	\$ 62.734,27	\$ 62.734,27

* porcentaje del total de ingresos de A&B

4.9 Estado de pérdidas y ganancias presupuestado

Aquí se reflejan todos los datos antes mencionados para mostrarnos la utilidad neta al final del ejercicio y se considera un crecimiento anual del 3% para presupuestar los 5 primeros años de funcionamiento del restaurante.

Tabla 28. Estado de pérdidas y ganancias presupuestado

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PRESUPUESTADO					
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas (Ingresos brutos A & B)	\$ 1.311.750,00	\$ 1.351.102,50	\$ 1.391.635,58	\$ 1.433.384,64	\$ 1.476.386,18
Costo de Ventas	\$ 598.356,40	\$ 616.307,09	\$ 634.796,30	\$ 653.840,19	\$ 673.455,40
Utilidad Bruta	\$ 713.393,60	\$ 734.795,41	\$ 756.839,27	\$ 779.544,45	\$ 802.930,78
Gastos de Financiamiento	\$ 28.714,86	\$ 28.714,86	\$ 28.714,86	\$ 28.714,86	\$ 28.714,86
Gastos Fijos de Funcionamiento	\$ 42.720,00	\$ 42.720,00	\$ 42.720,00	\$ 42.720,00	\$ 42.720,00
Utilidad Antes del 15% Part. Trabajadores	\$ 641.958,74	\$ 663.360,54	\$ 685.404,41	\$ 708.109,58	\$ 731.495,92
15% Participación Trabajadores	\$ 96.293,81	\$ 99.504,08	\$ 102.810,66	\$ 106.216,44	\$ 109.724,39
Utilidad Antes del 25% Impuesto a la Renta	\$ 545.664,93	\$ 563.856,46	\$ 582.593,75	\$ 601.893,15	\$ 621.771,53
25% Impuesto a la Renta	\$ 160.489,68	\$ 165.840,14	\$ 171.351,10	\$ 177.027,40	\$ 182.873,98
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 385.175,24	\$ 398.016,33	\$ 411.242,64	\$ 424.865,75	\$ 438.897,55
	* Se considera un crecimiento del 3% anual				

4.10 Conclusiones del plan Financiero

Podemos ver de acuerdo al estado de pérdidas y ganancias que la actividad al final del año será rentable y se lograra recuperar la inversión satisfactoriamente dejando además un redito económico considerable y aceptable a los inversionistas, esto considerando que se han hecho estimaciones realistas basadas en encuestas y considerando las características del mercado al que nos dirigimos.

Conclusiones

Después del análisis de todos los factores que pueden afectar a la propuesta realizada y considerando los objetivos planteados al principio de la misma se puede llegar a la conclusión de que la implementación del proyecto tiene muy buenas oportunidades de triunfar en el mercado actual debido al gran auge de la cocina de autor y el boom de la cocina andina a nivel nacional e internacional siempre y cuando esté dirigida al segmento de mercado apropiado y se realice una promoción mediática de la misma, explicando todos los conceptos nuevos para nuestro mercado. Además se puede concluir que los objetivos planteados se cumplirán al satisfacer las necesidades del mercado objetivo especificado y dejando réditos económicos en el proceso.

Recomendaciones

La recomendación principal es que para implementar con éxito el negocio se debe dar promoción a la idea para así lograr posicionar en la mente del consumidor el concepto de la cocina de autor y seguir revalorizando los productos y sabores del Ecuador logrando consolidar la cocina nacional tanto local como internacionalmente y garantizar de esa manera un potencial número de clientes que disfruten de la propuesta planteada.

Referencias

- Adriá, F. (s.f.). Como funciona elBulli. En F. Adriá.
- Amstrong, K. &. (2008). Fundametos de Marketing. En K. &. Amstrong. México: Pearson education.
- Api.ning. (s.f.). *api.ning.com*. Recuperado el 20 de 11 de 2013, de http://api.ning.com/files/0XsiBoVkY4naeRafjw3juOxyt8grmim391J81RuCRpPQnOoLQ1hKAcrPrZjsLJQaV1K1b2jzJ4pbiRGhb9NdB8OoutbaspaY/Guiaparafuncionamiento_r.pdf
- Aroche y Hernandez. (21 de 12 de 2013). *Aroche y Hernadez Asociados*. Obtenido de <http://www.arocheyhernandez.com/marcas.htm>
- Castillo, C. J. (1 de 10 de 2013). *De Chef a Chef*. Recuperado el 20 de 12 de 2013, de Cocina de Autor: <http://dechefachef.tripod.com/jr/id56.html>
- CEVALLOS, L. M. (Febrero de 2012). *UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR*. Recuperado el 05 de 02 de 2014, de <http://dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/119/1/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACION%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20QUITO%20DE%20VINO%20DE%20MORA%20Y%20CAPUL%20ELABORADOS%20EN%20FORMA%20ARTESANAL%20EN%20GUALACE>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano* (3° ED ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- dechefachef. (1 de 10 de 2013). *dechefachef*. Obtenido de <http://dechefachef.tripod.com/jr/id56.html>
- Ecuador en Cifras. (09 de 12 de 2012). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/quito-el-canton-mas-poblado-del-ecuador-en-el-2020/>
- Ecuador servicios. (2012). *Ecuador servicios.com*. Recuperado el 3 de 11 de 2013, de http://www.ecuadorservicios.com/uploads/MODELO_DE_MINUTA_DE_CONSTITUCI_N_DE_UNA_COMPA__A_AN_NIMA.pdf
- Feedbacknetworks. (01 de 12 de 2013). *Feedbacknetworks.com*. Recuperado el 19 de 12 de 2013, de <http://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calculador.html>
- Gamble, T. &. (2012). *Administracion Estrategica, Teoria y casos* (18 ed.). Mexico D.F.: Mc Graw Hill.

- Gastro-kch. (10 de 11 de 2013). *gastro-kchi.blogspot*. Obtenido de <http://gastro-kchi.blogspot.com/feeds/posts/default>
- Gisslen, W. (2001). Profesional Cooking. En W. Gisslen, *Profesional Cooking*.
- Herrera, C. F. (21 de 06 de 2011). *BLOG Universidad Superior de Gastronomía*. Obtenido de La cocina molecular ¿Sólo una tendencia? : <http://sgastronomia.blogspot.com/2011/06/la-cocina-molecular-solo-una-tendencia.html>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (20 de 12 de 2013). *.propiedadintelectual.gob*. Recuperado el 20 de 12 de 2013, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/formularios-2/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (12 de 2011). *Inec.gob*. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- Jerome, C. (2011). *chezjeromerestaurante*. Recuperado el 28 de 12 de 2013, de <http://www.chezjeromerestaurante.com/index.html>
- Las Tinajas. (2005). *lastinakas.com*. Obtenido de <http://lastinajas.com/politica-de-calidad.php>
- Lovelock. (2009). *Marketing de servicios, personal, tecnología y estrategia*. México: Pearson education.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). *actas.mrl.gob*. Recuperado el 04 de 11 de 2013, de http://actas.mrl.gob.ec/files/modelos/CONTRATO_A_PLAZO_FIJO.doc.
- Myhrvold, N. (s.f.). *Modernist Cuisine*. En N. Myhrvold, *Modernist Cuisine*.
- Restaurante Pecado-capital. (s.f.). Obtenido de <http://www.pecado-capital.es/oferta-gastronomica/>
- Super Intendencia de Compañías. (5 de 10 de 1999). *www.supercias.gob.ec*. Recuperado el 3 de 11 de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- SurveyMonkey. (20 de 12 de 2012). *surveymonkey.com*. Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size/>
- Vazquez, L. D. (11 de 2012). *autorcocinachef.blogspot*. Recuperado el 22 de 12 de 2013, de <http://autorcocinachef.blogspot.com/>

ANEXOS

Anexo 1

MINUTA DE CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA ANÓNIMA

Fuente: (Ecuadorservicios, 2012)

Señor Notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía anónima, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA.- Comparecientes.- Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores: XX y XX.

Los comparecientes son mayores de edad, de estado civil xx, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Quito.

SEGUNDA.- Constitución.- Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía anónima XX CIA. ANÓNIMA, que se

Regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto.- La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se regirá por el estatuto que se expone a continuación.

CAPÍTULO PRIMERO

NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, MEDIOS,

DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo Primero.- Naturaleza, nacionalidad y denominación.- La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será "XX CÍA. ANÓNIMA". Esta sociedad se constituye como una compañía anónima de nacionalidad ecuatoriana y se regirá por las Leyes ecuatorianas y por el presente estatuto, en cuyo texto se le designará posteriormente simplemente como "la Compañía".

Artículo Segundo.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es el cantón de XX, provincia de XX, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de accionistas podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

Artículo Tercero.- Objeto social.- El objeto social de la compañía es.... (Uno o varios actos, contratos u operaciones mercantiles si la sociedad es comercial, o por uno o varios actos, contratos y operaciones civiles si la sociedad anónima es civil). Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

Artículo Cuarto.- Duración.- El plazo de duración de la compañía es de xx años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil o del otorgamiento de la escritura fundacional; sin embargo, la junta general de accionistas, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Artículo Quinto.- Disolución y liquidación.- La Junta general podrá acordar la disolución de la

Compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, de pleno derecho, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la Ley de la materia; y actuará como liquidador el representante legal de la compañía.

CAPÍTULO SEGUNDO

CAPITAL SOCIAL Y ACCIONES

Artículo Sexto.- Capital autorizado.- El capital autorizado de la compañía es de XX DÓLARES

DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (XX USD), monto hasta el cual se podrá disponer la suscripción y emisión de acciones nominativas, el

cual se dividirá en acciones ordinarias de un dólar cada una. La Junta general podrá elevar en cualquier tiempo el capital autorizado previo el cumplimiento de las formalidades legales y estatutarias.

Artículo Séptimo.- Capital suscrito.- El capital suscrito de la Compañía es de OCHOCIENTOS

DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA (800 USD) dividido en 800 acciones nominativas, ordinarias, acumulativas e indivisibles de un dólar cada una.

Los aumentos de capital suscrito hasta llegar al límite del capital autorizado, serán aprobados por la junta general, la cual establecerá en cada caso las condiciones para la suscripción y el pago de las nuevas acciones.

Artículo Octavo.- Referencias legales.- En todo lo relativo a la transmisión de las acciones, sus requisitos y efectos dentro de la compañía y frente a terceros, pérdida y deterioro de los títulos de acción, requisitos para su emisión, contenido de los títulos, derechos que confieren a su titular, votación y mayoría en las resoluciones de la junta general, aumentos de capital y demás asuntos que hagan relación con el capital social y con los títulos de acción, se estará a lo dispuesto por la Ley de Compañías.

CAPÍTULO TERCERO

ÓRGANO DE GOBIERNO: LA JUNTA GENERAL

Artículo Noveno.- Juntas Generales.- La junta general, ordinaria o extraordinaria, es el órgano supremo de la compañía, y se compone de los accionistas o de sus representantes o mandatarios reunidos con el quórum de instalación, en las condiciones que la Ley, los Reglamentos de la

Superintendencia de Compañías y el presente estatuto exigen.

Habrá junta general ordinaria dentro de los tres primeros meses de cada año, para considerar,

Sin perjuicio de otros asuntos, los siguientes:

a) Conocer las cuentas, el balance y los informes que se le presenten a consideración sobre el último ejercicio económico;

b) Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales y de la formación del fondo de reserva; y,

c) Proceder, llegado el caso, a la designación de los funcionarios cuya elección le corresponda según este estatuto, así como fijar o revisar sus respectivas remuneraciones.

La junta general extraordinaria se reunirá cada vez que sea convocada por las autoridades previstas por la Ley y este estatuto; o cuando lo soliciten por escrito el o los accionistas que representen por lo menos el veinticinco por ciento (25%) del capital pagado, debiendo indicarse el objeto para el cual se solicita la reunión de la junta general.

Artículo Décimo.- Convocatoria.- Sin perjuicio de las atribuciones que sobre este asunto reconoce la Ley al Superintendente de Compañías y Comisario, las convocatorias para junta

General serán hechas por la prensa por parte del Presidente o el Gerente General, con ocho días de anticipación, por lo menos, al día fijado para la reunión sin contar para el efecto el día de la convocatoria ni el día de la reunión. El Comisario será convocado mediante nota escrita, sin perjuicio de que, en la convocatoria que se haga por la prensa se le convoque especial e individualmente. La convocatoria expresará el lugar, día, fecha, hora y objeto de la reunión.

Tanto en las juntas generales ordinarias como extraordinarias sólo se podrá discutir los asuntos para los que hubieren sido convocadas. El tratamiento de todo asunto no expresado en la convocatoria será nulo, con sujeción a la Ley.

Artículo Décimo Primero.- Juntas Universales.- De acuerdo a lo previsto en la Ley de

Compañías, cuando se encuentre presente la totalidad del capital pagado de la compañía, sea con presencia de los accionistas o de sus representantes, y siempre que ellos acepten por unanimidad la celebración de la junta, se entenderá que ésta se encuentra válidamente constituida y podrá, por lo tanto, llegar a acuerdos válidos en los asuntos que unánimemente se hubieren aceptado tratar. Todos los concurrentes deberán suscribir el acta respectiva bajo sanción de nulidad.

Artículo Décimo Segundo.- Presidente y Secretario de Junta general.- Actuará como Presidente de la junta general el Presidente de la compañía o quien lo subrogue y a falta de ambos, quien sea designado por los asistentes a junta como Presidente ocasional. Actuará como Secretario el

Gerente General o quien lo reemplace, pudiendo designarse un Secretario Ad-Hoc, cuando la junta lo creyere necesario.

Artículo Décimo Tercero.- Atribuciones y deberes de Junta general.- Son atribuciones y deberes del órgano de gobierno:

a) Ejercer las facultades y cumplir con las obligaciones que la Ley y los presentes estatutos señalan como de su competencia privativa;

b) Dirigir la marcha y orientación general de los negocios sociales, ejercer las funciones que le competen como entidad directiva suprema de la compañía y todas aquellas funciones que la

Ley y este estatuto no atribuyan expresamente a otro organismo social;

c) Reformar este contrato social, previo el cumplimiento de los requisitos legales;

d) Interpretar en forma obligatoria para todos los accionistas y órganos administradores las normas consagradas en el presente estatuto;

e) Autorizar la constitución de mandatarios generales de la compañía;

f) Resolver de acuerdo a la Ley sobre aumentos y disminuciones de capital;

g) Nombrar y remover al Presidente, Gerente General y Comisarios principal y suplente;

h) Señalar las remuneraciones del Gerente General, Presidente y Comisario;

i) Disponer y resolver sobre el reparto de utilidades; y,

j) Autorizar al Gerente General la realización de contratos cuya cuantía exceda de xx dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (xx USD), así como de actos de disposición de bienes inmuebles de la compañía.

Artículo Décimo Cuarto.- Quórum.- Para que la junta general -ordinaria o extraordinaria- pueda válidamente dictar resoluciones deberá reunirse en el domicilio principal de la compañía y concurrir a ella el número de personas que representen por lo menos el cincuenta por ciento del capital pagado de la Compañía. En lo demás se estará a lo dispuesto por la ley.

Artículo Décimo Quinto.- Mayoría.- Salvo las excepciones legales y estatutarias, las decisiones de la junta general serán tomadas por la mitad más uno del capital pagado representado en ella. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. En caso de empate, la propuesta se considerará negada.

Artículo Décimo Sexto.- Derecho a voto.- En la junta general cada acción ordinaria pagada tendrá derecho a un voto; las que no se encuentran liberadas, dan derecho a voto en proporción a su haber pagado.

Artículo Décimo Séptimo.- Representación.- Los accionistas pueden hacerse representar en las juntas generales de accionistas, para ejercer sus derechos y atribuciones, mediante carta dirigida al Presidente de ella o poder otorgado por escritura pública. Un accionista no puede hacerse representar sino por un solo mandatario cada vez, cualquiera que sea su número de acciones de su titularidad. Asimismo, el mandatario no puede votar en representación de otra u otras acciones de un mismo mandante en sentido distinto, pero la persona que sea mandataria de varios accionistas puede votar en sentido diferente en representación de cada uno de sus mandantes.

Artículo Décimo Octavo.- Resoluciones.- Las resoluciones de junta general tomadas conforme a la Ley y este estatuto obligan a todos los accionistas, presentes o ausentes, que estuvieren de acuerdo o no con las mismas, salvo el derecho de oposición, en los términos que determina la Ley.

Artículo Décimo Noveno. - Libro de actas.- Las resoluciones de las juntas generales así como una sintética relación de las sesiones se hará constar por medio de las actas que se extenderán de acuerdo a la Ley en hojas móviles escritas a máquina en el anverso y reverso de cada hoja, las mismas que serán foliadas y con numeración continua y sucesiva y rubricadas una por una por el Secretario y el Presidente de cada junta.

CAPÍTULO CUARTO

LOS INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN: EL PRESIDENTE Y EL GERENTE GENERAL

Artículo Vigésimo.- Del Presidente de la Compañía.- El Presidente será nombrado por la junta general para un período de tres años, pudiendo ser reelegido indefinidamente. Podrá ser o no accionista de la compañía. Sus atribuciones y deberes serán los siguientes:

- a) Convocar, presidir y dirigir las sesiones de junta general, debiendo suscribir las actas de sesiones de dicho organismo;
- b) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los títulos de acciones o certificados provisionales;
- c) Suscribir el nombramiento del Gerente General; y,
- d) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o fallecimiento de éste, hasta que la junta general proceda a nombrar un nuevo Gerente General, con todas las atribuciones del subrogado o sustituido.

La junta general deberá designar un Presidente subrogante en caso de ausencia temporal y un nuevo Presidente en caso de ausencia definitiva.

Artículo Vigésimo Primero.- Del Gerente General.- El Gerente General será elegido por la junta general para un período de tres años, tendrá la representación legal, judicial o extrajudicial de

La compañía. Podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser accionista de la compañía. Este administrador no podrá ejercer ningún otro cargo que a juicio

De la junta general sea incompatible con las actividades de la compañía.

El Gerente General tendrá los más amplios poderes de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la Ley, el presente estatuto y las instrucciones impartidas por la junta general. En cuanto a sus derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades se estará a lo dispuesto por la Ley de Compañías y este contrato social.

Son atribuciones especiales del Gerente General:

- a) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria encaminados a la consecución del objeto social de la compañía;
- b) Ejecutar a nombre de la compañía toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones;
- c) Previa autorización de la junta general, nombrar mandatarios generales y apoderados especiales de la compañía y removerlos cuando considere conveniente;
- d) Someter anualmente a la junta general ordinaria un informe relativo a la gestión llevada a cabo al frente de la compañía, así como el balance general y demás documentos que la Ley exige;
- e) Formular a la junta general las recomendaciones que considere convenientes en cuanto a la distribución de utilidades y la constitución de reservas;

- f) Nombrar y remover al personal de la compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones;
- g) Dirigir y supervigilar la contabilidad de la compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos;
- h) Abrir y cerrar cuentas bancarias y designar a la o las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago contra las referidas cuentas;
- i) Librar, aceptar, endosar y avalar letras de cambio y cualesquiera otros papeles de comercio;
- j) Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la junta general; y,
- k) Ejercer y cumplir todas las atribuciones y deberes que reconocen e imponen la Ley y el estatuto presente así como todas aquellas que sean inherentes a su función y necesarias para el cabal cumplimiento de su cometido.

Artículo Vigésimo Segundo.- De los Subgerentes temporales o apoderados.- Cuando la junta general de accionistas lo estime conveniente, nombrará a través del representante legal, uno o más apoderados por el tiempo y con las atribuciones que se le señalare en sus respectivos poderes, entre los cuales podrá incluirse la representación legal para uno o más negocios de la compañía.

CAPÍTULO QUINTO

FISCALIZACIÓN: COMISARIOS PRINCIPAL Y SUPLENTE

Artículo Vigésimo Tercero.- De los Comisarios.- La junta general nombrará un comisario principal y otro suplente. Al Comisario le corresponde el examen de la contabilidad, sus justificaciones, así como el estudio del estado económico y financiero de la compañía, para lo cual ejercerá las atribuciones señaladas en la Ley y presentará a la junta general ordinaria un informe sobre el cual la junta deberá pronunciarse.

El Comisario durará tres años en sus funciones, pudiendo ser reelegido indefinidamente y tendrá todos los derechos y obligaciones previstos en la Ley.

Artículo Vigésimo Cuarto.- Balances.- Los balances se instrumentarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los presentará el Gerente General a consideración de la junta general ordinaria. El balance contendrá no sólo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la sociedad, sino también las explicaciones necesarias que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la compañía que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias, por un contador o auditor calificado.

Artículo Vigésimo Quinto.- Reparto de utilidades y formación de reservas.- A propuesta del

Gerente General, la cual podrá ser aprobada o modificada, la junta general resolverá sobre distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, castigos y gratificaciones, pero anualmente se segregarán de los beneficios líquidos por lo menos el diez por ciento (10%) para formar el fondo de reserva legal hasta que este fondo alcance un valor igual al cincuenta por ciento (50%) del capital social. La junta general para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la Ley de Compañías.

Una vez hechas las deducciones, entre ellas de las reservas legales, la junta general podrá decidir acorde con el estatuto la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar, para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales. Para el efecto, será necesario el consentimiento unánime de todos los accionistas presentes; en caso contrario, del saldo distribible de los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los accionistas en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la compañía.

CAPÍTULO SEXTO

DISPOSICIONES VARIAS

Artículo Vigésimo Sexto.- Acceso a los libros y cuentas.- La inspección y conocimiento de los libros y cuentas de la compañía, de sus cajas, carteras, documentos y escritos en general sólo podrá permitirse a las entidades y autoridades que tengan la facultad para ello en virtud de contratos o por disposición de la Ley, así como a aquellos empleados de la compañía cuyas labores así lo requieran, sin perjuicio de lo que para fines especiales establezca la Ley.

Artículo Vigésimo Séptimo.- Normas supletorias.- Para todo aquello sobre lo que no haya expresamente disposición estatutaria se aplicarán las normas contenidas en la Ley de

Compañías, normas reglamentarias y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a este estatuto.

HASTA AQUÍ EL ESTATUTO

CUARTA.- Suscripción y pago de acciones.- El capital social ha sido íntegramente suscrito y los accionistas pagan únicamente el veinticinco por ciento (25%) del capital, como se desprende del cuadro de integración que a continuación se detalla:

Accionistas Capital suscrito

Capital pagado en especie

Capital pagado en numerario

Capital en número de acciones

XX XX USD XXUSD XX

XX XX XX USD XXUSD XX

El setenta y cinco por ciento (75%) del capital insoluto, los accionistas se comprometen a cancelarlo dentro del plazo de dos años contados a partir de la inscripción de este contrato en

El Registro Mercantil.

QUINTA.- Declaraciones.- a) Los firmantes de la presente escritura pública son los accionistas fundadores de la compañía, quienes declaran expresamente que ninguno de ellos se reserva en su provecho personal, beneficios tomados del capital de la compañía en acciones u obligaciones. b) Los accionistas facultan al Ab. XX para que obtenga las aprobaciones y más requisitos de Ley, previo el establecimiento de la compañía, quedando así mismo facultado para que una vez que se hayan llenado los pertinentes requisitos legales, convoque a los accionistas

A Junta general para elegir administradores de la compañía. c) Por el capital pagado en efectivo, de acuerdo al detalle señalado anteriormente, se adjunta el certificado de depósito bancario en la cuenta "Integración de Capital" para que se agregue como parte integrante de esta escritura.

Usted, Señor Notario se servirá agregar y anteponer las cláusulas de estilo necesarias para la completa validez de este instrumento

Tomado de (Ecuador servicios, 2012)

Anexo 2

Cotizaciones



INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO

SUCURSAL ESTADIO OLIMPICO
Av. 6 de Diciembre y Gonzalo Serrano Esquina
Una cuadra al Norte del Estadio Olimpico Atahualpa
Telefonos: 2-3332-404 Ruc: 1792144566001

PROFORMA

006-001-00006536

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolucion No.626
del 22/12/2009

FECHA:	04/NOV/2013	PEDIDO No:	006-001-000065
CLIENTE:	AREVALO DARWIN	PAGO:	CONTADO
RUC:	1720757150	VENDEDOR:	NOGUERA FERNAND
DIRECCION:	TUMBACO		
CIUDAD:	PICHINCHA- QUITO		
TELEFONO:	2044505		
OBSERV.:			

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
1,00	8800001000960	GENER BALANZA COMERCIAL ELECTRONICA DE S	189,00	0,00	189,00
1,00	4891342941184	SUNNE BANDEJA RECTANGULAR ANTIDESLIZANTE	15,50	0,00	15,50
1,00	7702073135476	IMUSA BANDEJA PLASTICA RECTANGULAR L46.	4,59	0,00	4,59
1,00	7860888403040	ONIX BATIDOR DE ACERO INOXIDABLE 16PUL	4,29	0,00	4,29
1,00	7806810242004	ILKO CUHARETA PARA HELADO EN ACERO INOX	13,07	0,00	13,07
1,00	7861026992747	UM.EC BOWL CON BASE SILICONA ACERO INOXI	13,00	0,00	13,00
1,00	7861141332121	GENER TAZON ACERO INOXIDABLE 26CM	1,91	0,00	1,91
1,00	7861141338925	ORTUN CEVICHERO PEQUENIO ACERO INOXIDABL	1,09	0,00	1,09
1,00	7861182800672	MONTE DA.GR CHAFING DISH CON 2 QUEMADORE	80,35	0,00	80,35
1,00	7891112053823	TRAMO MASTE CHAIRA ESTRIADA DE 10IN. PAR	10,76	0,00	10,76
1,00	874800854855	GENER COLADOR CHINO 9.5 IN	31,25	0,00	31,25
1,00	7891112053311	TRAMO MASTE CUCHILLO CHEF CEBOLLERO PROF	10,09	0,00	10,09
1,00	7861141333098	GENER COCTELERA 750ML.	12,95	0,00	12,95
1,00	7891116026090	TRAMO UTILY CUHARETA PARA ARROZ ACERO I	8,13	0,00	8,13
1,00	7861026992716	UM.EC BOWL CON BASE SILICONA ACERO INOXI	7,88	0,00	7,88

**INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.****ALMACENES MONTERO**

SUCURSAL ESTADIO OLIMPICO
Av. 6 de Diciembre y Gonzalo Serrano Esquina
Una cuadra al Norte del Estadio Olimpico Atahualpa
Telefonos: 2-3332-404 Ruc: 1792144566001

PROFORMA**006-001-00000654**

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolucion No.826
del 22/12/2009

FECHA: 04/NOV/2013 PEDIDO No: 006-001-0000065
CLIENTE: AREVALO DARWIN PAGO: CONTADO
RUC: 1720757150 VENDEDOR: NOGUERA FERNAND
DIRECCION: TUMBACO
CIUDAD: PICHINCHA- QUITO
TELEFONO: 2044505
OBSERV.:

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
1,00	7891116045329	TRAMO UTILY CUCHARON PARA SOPA	16,31	0,00	16,31
1,00	7860888202148	ONIX CUCHARON PEQUENO PARA SOPA DE ACERO	2,39	0,00	2,39
1,00	7806810281058	ILKO COLADOR ESTANADO 18cm.	4,66	0,00	4,66
1,00	6969135602111	GENER CORTADOR DE MASA PLASTICO 5pz.	1,59	0,00	1,59
1,00	7891112053472	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA FILETEAR PROFE	6,55	0,00	6,55
1,00	7891112054554	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA FIAMBRE	6,87	0,00	6,87
1,00	4891342412059	SUNNE TENEDOR	8,10	0,00	8,10
1,00	7891112053991	TRAMO MASTE ESPATULA CONFITERO	6,13	0,00	6,13
1,00	7861182803451	GENER CUCHARADE SILICON PARA REPOSTERIA	4,39	0,00	4,39
1,00	7861032814200	KITCH ESPATULA PEQUENIA	2,57	0,00	2,57
1,00	7861032814200	KITCH ESPATULA PEQUENIA	2,57	0,00	2,57
1,00	4891342413063	SUNNE ESPUMADERA	11,48	0,00	11,48
1,00	7861032813807	KITCH EXPRIMIDOR LIMON GRANDE BRILLANTE	3,57	0,00	3,57
1,00	4891342110597	SUNNE JARRA DE ACERO INOXIDABLE 2LTS.	25,51	0,00	25,51
1,00	7861032813043	KITCH APLASTADOR DE PAPA	7,00	0,00	7,00
1,00	7861080600640	INDAL BANDEJA DE ALUMINIO 35 X 50CM. - 1	26,52	0,00	26,52

**INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.****ALMACENES MONTERO**

SUCURSAL ESTADIO OLIMPICO
Av. 6 de Diciembre y Gonzalo Serrano Esquina
Una cuadra al Norte del Estadio Olimpico Alahuatpa
Telefonos: 2-3332-404 Ruc: 1792144566001

PROFORMA**006-001-00000654**

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolucion No.826
del 22/12/2009

FECHA: 04/NOV/2013 PEDIDO No: 006-001-0000065
CLIENTE: AREVALO DARWIN PAGO: CONTADO
RUC: 1720757150 VENDEDOR: NOGUERRA FERNAND
DIRECCION: TUMBACO
CIUDAD: PICHINCHA- QUITO
TELEFONO: 2044505
OBSERV.:

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
1,00	4891342991103	SUNNE ABRELATAS	8,80	0,00	8,80
1,00	7806810200042	ILKO MOLDE DE HOJA	4,34	0,00	4,34
1,00	7891155019169	NADIR PYREX CUADRADO SIN TAPA 2.6Lt	6,60	0,00	6,60
1,00	7861141333708	WIKIN CACHEROLA DE 1.9 LT DE ACERO INOX.	32,23	0,00	32,23
1,00	7861141333661	WIKIN OLLA DE 7.2LT ACERO INOX T304(NSF)	66,33	0,00	66,33
1,00	7861141333616	WIKIN OLLA DE 20LT EN ACERO INOX. DIA32C	133,04	0,00	133,04
1,00	7861141333630	WIKIN OLLA DE 50LT ACERO INOX T304(NSF)	245,83	0,00	245,83
1,00	7702561231000	UNIVE OLLA DE PRESTON SEGURO INTERNO 10L	56,32	0,00	56,32
1,00	4891342912290	SUNNE PELADOR U DE ACERO INOXIDABLE	3,19	0,00	3,19
1,00	7860888810256	ONIX PINZA MULTIUSO ACERO INOXIDABLE 16P	2,70	0,00	2,70
1,00	7891112053557	TRAMO MASTE CUCHILLO PARA LEGUMBRES PROF	2,60	0,00	2,60
1,00	7806810221009	ILKO RALLADOR ESTANADO DE 4 LADOS CLASIC	2,53	0,00	2,53
1,00	5244002011083	GENER BOLLILLO ACERO INOXIDABLE 48CMDE LA	29,34	0,00	29,34
1,00	7861182800061	GENER SACABOCADO EN ACERO INOXIDABLE MA	3,57	0,00	3,57
1,00	6969135602074	GENER TAPETE PARA HORNEAR DE SILICON 60X	24,23	0,00	24,23
1,00	4891342621543	SUNNE TABLA PICAR BLANCA 50X38CM	23,47	0,00	23,47

**INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.****ALMACENES MONTERO**

SUCURSAL ESTADIO OLIMPICO
Av. 6 de Diciembre y Gonzalo Serrano Esquina
Una cuadra al Norte del Estadio Olimpico Atahualpa
Telefonos: 2-3332-404 Ruc: 1792144566001

PROFORMA**006-001-00000654**

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Segun Resolucion No.826
del 22/12/2009

FECHA: 04/NOV/2013 PEDIDO No: 006-001-0000065
CLIENTE: AREVALO DARWIN PAGO: CONTADO
RUC: 1720757150 VENDEDOR: NOGUERA FERNAND
DIRECCION: TUMBACO
CIUDAD: PICHINCHA- QUITO
TELEFONO: 2044505
OBSERV.:

CANTIDAD	CODIGO	DETALLE	P/UNIT.	DSTO.	TOTAL
1,00	4891342920615	SUNNE TERMOMETRO DIGITAL-50C A + 300	25,51	0,00	25,51
1,00	4013434830200	KRETZ TIJERA COCINA-MULTIFUNCIONES 8PULG	16,07	0,00	16,07
1,00	7861026942742	UM.EC SARTEN WOK 32cm.	17,20	0,00	17,20
1,00	7861141340485	BAKEW MANGA PASTELERA MAS ESPATULA	4,03	0,00	4,03
1,00	7861141317630	BAKEW BOQUILLA SET DE 55 PIEZAS EN ACERO	55,25	0,00	55,25
1,00	7861141333722	WIKIN SARTEN ACERO INOXIDABLE DIA24CMXAL	28,05	0,00	28,05
1,00	7861141333739	WIKIN SARTEN ACERO INOXIDABLE DIA28CMXAL	36,73	0,00	36,73
1,00	7861141333746	WIKIN SARTEN ACERO INOXIDABLE DIA32CMXAL	51,03	0,00	51,03
1,00	8411712378615	BO.RO PLATO BASE 33cm. RONDA	6,91	0,00	6,91
1,00	026102078013	LUMIN PLATO HONDO MULTIUSO 16 CM QUADRA	8,37	0,00	8,37
1,00	7702484146955	CORON ACTUA PLATO PANDO 39 CM ACT BLA.	7,44	0,00	7,44
1,00	087954578328	BO.RO PERFO TAZA APILABLE 22CL.	10,57	0,00	10,57
1,00	026102511275	ARCOP PLATO PARA PAN 15.5 CM RESTAURAN	2,55	0,00	2,55
1,00	7891112068490	TRAMO MALIB TENEDOR DE MESA EN ACERO IN	0,57	0,00	0,57
1,00	7891112068483	TRAMO MALIB CUCHILLOS DE MESA EN ACERO I	0,90	0,00	0,90
1,00	883049248066	WHIRL MICROONDAS 1.1 CON GRILL PC 1350 W	182,86	0,00	182,86

Tomado de Montero

Hornos Andinos

Fuente: Mail enviado por hornos andinos S.A

Estimado Sr. Arévalo

Muchas gracias por comunicarse con nosotros.

Detallo la información de los productos que nosotros le podemos ofertar para el equipamiento de su restaurante.

1 COCINA INDUSTRIAL MILLENIUM

Materiales: 100% acero inoxidable

Medidas: Frente: 2,60 m.

Ancho: 102,5 m.

Alto: 80 cm.

Características: - seis potentes quemadores

- Cabezotes y planchas de hierro fundido

- Una plancha de acero inoxidable de 10 mm. 80 x 40

Un horno semindustrial de 2 bandejas

bandejas recolectoras de desperdicios

\$ 2'210,00

OPCION DOS

1 COCINA INDUSTRIAL MILLENIUM

Materiales: 100% acero inoxidable

Medidas: Frente: 2,60 m.

Ancho: 102,5 m.

Alto: 80 cm.

Características: - cinco potentes quemadores

- Cabezotes y planchas de hierro fundido

- Una plancha de acero inoxidable de 10 mm. 80 x 40

2 canastillas para frituras varias

Un horno semindustrial de 2 bandejas

bandejas recolectoras de desperdicios

\$ 2'210,00

1 CAMPANA EXTRACTORA DE OLORES Y HUMO

MATERIALES

100% acero inoxidable brillante de 1 mm

DIMENSIONES

260 x 120 cm profundidad

CARACTERISTICAS

ventilador extractor de olores y humo

3/4 HP de 110 V 60 HZ

4 metros de chimenea

Trampas de aceite

luces dicroicas

1450,00

1 MESA DE TRABAJO INDUSTRIAL

tres repisas superiores

18 bandejas inferiores para varios usos

100% acero inoxidable

frente 230 fondo 60 alto

195

Gran capacidad de almacenamiento de frutas, verduras y hortalizas

1 lavadero

2 tomacorrientes

1 cajón recolector de basura

luces dicroicas

\$
1'450,00

1 MESA DE TRABAJO ESTANDAR

MATERIALES

100% acero Inoxidable

DIMENSIONES

alto 85, ancho 150, fondo

0,70

2 bandejas de soporte

con espaldar de 30 cm de altura

\$ 720,00

1 MESA DE TRABAJO PEQUEÑA

100% acero inoxidable

Mesón de mármol

DIMENSIONES

Alto 80 x ancho 120 x fondo
40

\$ 280,00

METRO CUADRADO ACERO INOXIDABLE para
recubrimiento de pared \$ 60,00 + IVA

1 MUEBLE LAVADORA MANUAL

MATERIALES

100% acero Inoxidable

DIMENSIONES

frente 230 cm, fondo 60 cm, alto 195 cm

2 pozos profundos

1 pozo para agua caliente con jabón

1 pozo para agua limpia para enjaguar los platos

1 bandeja grande para platos sucios

2 repisas superiores para organización y almacenamiento de platos

espacio inferior con puertas para basurero

luces dicroicas para iluminación

\$ 1'450.00

1 HORNO DE CONVECCION MULTIUSO A GAS DE 6 BANDEJAS BASICO

MATERIALES:

100% acero AISI 430

DIMENSIONES:

altura total 1,50 fondo 102, frente 82

incluye 6 bandejas de aluminio 45 x 64 x 3 cm de profundidad

peso aproximado: 500 Kg

CARACTERISTICAS:

Campana extractora de humo y olores

termómetro

encendido automático

Iluminación
montado sobre ruedas
Vidrio panorámico templado de 6 líneas
CAPACIDAD DE PRODUCCION
600 panes por hora \$ 1'980,00

1 HORNO DE CONVECCION MULTIUSODE 6 BANDEJAS AUTOMATICO

MATERIALES:

100% acero AISI 430

DIMENSIONES:

altura total 1,50 fondo 102, frente 82

incluye 6 bandejas de aluminio 45 x 64 x 3 cm de profundidad

peso aproximado: 500 Kg

CARACTERISTICAS:

Campana extractora de humo y olores

Panel de control digital: contralor de tiempo y temperatura

Iluminación

montado sobre ruedas

Vidrio panorámico templado de 6 líneas

CAPACIDAD DE PRODUCCION

600 panes por hora

\$ 2 '380,00

VALIDEZ DE LA OFERTA: 60 días

PLAZO DE LA ENTREGA: 15 días laborales

FORMA DE PAGO: 50% entrada 50% contra entrega

PRECIO INCLUYE: IVA

GARANTIA: 1 año en fallas de fabricación

Susana

Andino

Telf.: 032604604 2604607 2604612 2604596 ext. 101

Tomado de hornosandino

PRECIO CAJA REGISTRADORA

http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-403765285-cajas-registradoras-sam-4s-er350ii-655ii-600-autorizadas-_JM

Precio Computador

http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-403833306-computador-i5-3330-30-hdd750-4gb-led19-regulador-nuevo-_JM

FACTURA			
VENDIDO A: PROFORNA		R.U.C./C.I.:	
DIRECCIÓN:		CIUDAD:	
FORMA DE PAGO:	FECHA:	TELÉFONO:	
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
20	JUEGOS DE CONECTOR 0.78x0.78 CON COTINES. CON CABLERO.	TARJETA EFECTIVO 145 = 2040	2400
1	PATA H SILLA PINOCHO ## CON PALITOS.	250 =	250 =
1	BARRA.	230	170 =
1	CONTRABARRA.	200	300 =
20	LAMPARAS. CILÍNDRICAS.	1840 (260)	55 =
1	ESPEJO	65 =	140 =
1	SOFA TRIPLE	170 =	28 =
1	LAMPARA	38 =	140 =
1	UTILINA.	170 =	38 =
1	ATRIL DE PEDESTAL.	45 =	56 =
2	MESITAS ESQUINERAS.	35 = (70)	150 =
1	ESCRITORIO.	170 =	
	LAUREL CEDRO	(2900)	
MUEBLES ARMEY 2542-276 0999093765 = (HAGALI).		TARJETA - (2900) 14733 =	3727 = EFECTIVO
SON.....			
APROBADO POR:		RECIBÍ CONFORME	TOTAL

NOTA: Salida la mercadería no se acepta reclamos

EXCLUSIVAMENTE PARA FINES EDUCATIVOS

El Uniforme

Quicentro

004-001-0002160

Linea completa para todo trabajo

CODIGO CLIENTE : 40299
EMPRESA : AREVALO DARWIN
DIRECCION : TUMBACO
ATENCION : 40299
E-MAIL : N/D

FECHA : Lunes, Noviembre 4 de 20
R.U.C. / CEDULA : 17207571
TELEFONO : P593A08T7040
FAX :

CODIGO	DETALLE	CANT	V. UNIT	V. TOT
14.1.05.3	PANTALÓN CHEF UNISEX ELÁSTICO	1	18.38 \$	18.38
08.13.11.3	CHAQUETA CHEF GABARD CON DISEÑOS	1	20.09 \$	20.09
10.8.10.2	GORRO CHEF DESECHABLE CON VELCRÓN	1	2.67 \$	2.67
08.1.03.2	DELANTAL CHEF GABARDINA GRANDE	1	8.57 \$	8.57
02.8.01.1	BLUSA M/L CAMISERO DACRÓN T/S	1	13.26 \$	13.26
14.5.05.1	PANTALÓN MUJER ELEGANTE	1	19.64 \$	19.64
17.6.05.1	CORBATIN	1	3.57 \$	3.57
05.2.05.1	CHALECO MUJER C/F CAS. TROP. T/8	1	18.53 \$	18.53
08.1.03.0	DELANTAL CHEF CON BOLSILLOS	1	7.86 \$	7.86
03.4.01.3	CAMISA GUARDIA M/L DACRÓN T/40	1	15.91 \$	15.91
14.2.05.3	PANTALÓN HOMBRE CASIMIR TROPICAL-	1	19.64 \$	19.64
05.1.05.3	CHALECO HOMBRE C/F CAS. TROP Y	1	18.53 \$	18.53
17.6.05.1	CORBATIN	1	3.57 \$	3.57

SUBTOTAL ANTES DEL IVA	\$	188.2
DESCUENTO	\$	0.0
SUBTOTAL CON IVA	\$	188.2
SUBTOTAL SIN IVA	\$	0.0
I. V. A	\$	20.1
TOTAL A PAGAR	\$	188.4

PLAZO DE ENTREGA : STOCK ENTREGA INMEDIATA / o 15 DIAS LABORABLES
FORMA DE PAGO : DE CONTADO / 60% AL CONTRATO Y 40% CONTRA ENTREGA
VALIDEZ DE LA PROFORMA : 8 DIAS
CHEQUE A NOMBRE DE : EL UNIFORME
PARA DEPOSITOS O TRANSFERENCIAS: PROBUBANCO CUENTA CORRIENTE No. 62060044178
A PARTIR DE LA TALLA XL(42) SE INCREMENTARA 1 DOLAR POR TALLA
Observaciones:


MARIA ISABEL PAZHAR

*MATRIZ: Juan Severino E2-58(135) y Av. 6 de Diciembre Plaza Argentina Telef: 223-9616 / 254-6300
*QUICENTRO SHOPPING Telef: 246-1917 * C.C. VILLA CUMBAYA telef: 289-2922

AGROINDUSTRIAS
 Equipos industriales de cocina
 RUC 0990145547001

Principal: V.M. Rondón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno. E-mail: agroind@agroindustrias.com.ec
 Telfs.: 2306256 - 2306257 - 2560287 Fax: 2565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec
 Sucursal: Cda. Albatros, Av. Plaza Dañín 803 y Pelicano, Esquina. A.P. N° 3218
 Telfs.: 2288317 - 2288318 - 2293553 Fax: 2293553 Guayaquil - Ecuador
 Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villaroel 1179 y 6 de Diciembre
 Telfs.: 022464275 - 022464276 - 022464277 - 022464278 Fax: 022464279

N°
5029
 Att: DARWIN AREVALOS

Cliente:
 Dirección: VARIOS
 Teléfono:

Fecha: 04/11/13
 Ruc: TELEF. 0987040819

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	18SV460M SELLADORA AL VACIO PARA MESA , CON CAPACIDA PARA EMBALAGE DE PRODUCTOS HASTA 3 KLS., AREA DE SELLADO 460 X 4 MM. 110 VOLTS. MARCA SULPACK (BRASIL)	3,340.06	3,340.06
1.00	01LQ4PLUS LICUADORA DE 4 LTS. MOTOR 1/2 HP. 110V CON VASO Y SOPORTE DE ALUMINIO MARCA METVISA (BRASIL)	493.92	493.92
1.00	02F6D0-I COCINA EN ACERO INOXIDABLE 6 QUEMADORES DOBLES 30X30 CON PATAS MARCA: CROYDON (BRASIL)	2,346.11	2,346.11
1.00	72GT-J48L-S PLANCHA FREIDORA DE PISO A GAS CUERPO EN A CERO INOXIDABLE 1200X685X970 MM MARCA: HARDMAN	1,404.48	1,404.48
1.00	72GL-JBL450 PARRILLA ASADORA ESTRIADA DE PISO CUERPO DE A CERO INOXIDABLE A GAS MARCA HARDMAN	1,204.83	1,204.83
TOTAL			

FORMA DE PAGO	FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
Contado	INMEDIATO	15 DIAS 8,789.40
OBSERVACIONES		ATENTAMENTE
PRECIOS INCLUYEN I.V.A		ILEANA GONZALEZ AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIMA
ORIGINAL: CLIENTE - COPIA VERDE: EMISOR - COPIA AMARILLA: ARCHIVO - SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO		



AGROindustrias

Equipos industriales de cocina
RUC 0990145547001

Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno E-mail: agroind@agroindustrias.com.ec
Telfs.: 2306256 - 2306257 - 2560287 Fax: 2565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec
Sucursal: Cda. Albatros, Av. Plaza Dañin 803 y Pelicano, Esquina. A.P. N° 3218
Telfs.: 2288317 - 2288318 - 2293553 Fax: 2293553 Guayaquil - Ecuador
Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villarroel 1179 y 6 de Diciembre.
Telfs.: 022464275 - 022464276 - 022464277 - 022464278 Fax: 022464279

PROFORMA

N°

5028

Att: DARWIN AREVALOS

Fecha:

04/11/13

Ruc:

TELEF. 0987040819

Cliente:
Dirección: VARIOS
Teléfono:

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	17BM40T	BATIDORA CON TEMPORIZADOR, CON CAPACIDAD DE 40 LTS. EN EL TAZON, 3 VELOCIDADES, CON 3 ACCESORIOS (GLOBO, GANCHO Y PALETA) . MOTOR 1 1/2 HP 110V.	4,704.00 4,704.00
1.00	72MHL-580S	SALA MANDRA EN ACERO INOXIDABLE 220V/60HZ, CON TERMOSTATO, PARA 4 NIVELES PARA BADEJA DE 800X610X560 MARCA: HARDMAN (CHINA)	808.14 808.14
1.00	72H670FA-C	CONGELADOR VERTICAL AIRE FORZADO 2 PUERTAS MEDIAS CON CIERRE AUTOMATICO DE PUERTAS 220V-60HZ CAPACIDAD 670LTS. MARCA: HARDMAN	3,406.14 3,406.14
1.00	72SCLZ-J980FTL	EXHIBIDOR REFRIGERADO VERTICAL DE 2 PUERTAS DESLIZABLES CAPACIDAD 980 LITROS 0°C-+10°C 220V-60HZ MARCA: HARDMAN (CHINA)	3,031.09 3,031.09
1.00	08WC-8	HORNO COMBINADO A GAS 8 BANDEJAS, PANEL DIGITAL CON FUNCIONES DE SECO COMBINADO, REGENERACION, VAPOR BAÑO MARIA CON 9 BANDEJAS VARIADAS Y CABALLETE	15,346.80 15,346.80
		TOTAL	
FORMA DE PAGO		FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
Contado		INMEDIATO	27,296.17 15 DIAS
OBSERVACIONES		ATENTAMENTE	
PRECIOS INCLUYEN I.V.A		ILEANA GONZALEZ	



PROFORMA

Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno. E-mail: agroind@agroindustrias.com.ec
 Telfs.: 2306256 - 2306257 - 2560287 Fax: 2565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec
 Sucursal: Cda. Albatros, Av. Plaza Dalín 803 y Pelicano, Esquina A.P. N° 3218
 Telfs.: 2288317 - 2288318 - 2293553 Fax: 2293553 Guayaquil - Ecuador
 Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villarroel 1179 y 6 de Diciembre.
 Telfs.: 022464275 - 022464276 - 022464277 - 022464278 Fax: 022464279

N° 5033
 At: DARWIN AREVALOS

Cliente:
 Dirección: VARIOS
 Teléfono:

Fecha: 04/11/13
 Ruc: TELEF. 0987040819

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	89PG400 QUEMADOR CON PILOTO AUTOMATICO DE ENCENDIDO USA CARTUCHO DESCARTABLE DE GAS BUTANO DE 190G	61.28	61.28
		TOTAL	

FORMA DE PAGO	FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
Contado	INMEDIATO	15 DIAS

OBSERVACIONES: PECIOS INCLUYEN I.V.A

ATENTAMENTE: ILEANA GONZALEZ
 AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIMA

ORIGINAL: CLIENTE - COPIA VERDE: EMISOR - COPIA AMARILLA: ARCHIVO - SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO

Linea blanda
 by Linea blanda
 AERTEL
 Joxen
 Omega
 Hama
 HARVESTER
 TEDESCO

RUC 0990145547001

Principal: V.M. Rendón 426 - 428 entre Córdova y B. Moreno. E-mail: agroind@agroindustrias.com.ec
 Telfs.: 2306256 - 2306257 - 2560287 Fax: 2565267 WEB: www.agroindustrias.com.ec
 Sucursal: Cda. Albatros, Av. Plaza Dañin 803 y Pelicano, Esquina. A.P. N° 3218
 Telfs.: 2288317 - 2288318 - 2293553 Fax: 2293553 Guayaquil - Ecuador
 Sucursal Mayor Quito: Av. Gaspar de Villaroel 1179 y 6 de Diciembre.
 Telfs.: 022464275 - 022464276 - 022464277 - 022464278 Fax: 022464279

N°

5031

Att: DARWIN AREVALOS

Cliente:

Fecha:

Dirección: VARIOS

04/11/13

Teléfono:

Ruc: TELEF. 0987040819

ARTICULOS		PRECIO UNITARIO	VALOR
1.00	72KWT-210A MESA DE TRABAJO EN ACERO INOXIDABLE 210X90X90 MARCA: HARDMAN	612.86	612.86
1.00	72KWT-210B MESA DE TRABAJO EN ACERO INOXIDABLE 210X90X90 CON CEJA PARA PARED MARCA: HARDMAN	713.66	713.66
1.00	07P220F REBANADORA DE ÉMBUTIDOS, DISCO DE 22 CM. DE DIAMETRO, EN ACERO INOX., CUERPO EN ALUMINIO ANODIZADO, REGULADOR DE CORTE DE 1 A 15 MM. INCLUYE PIEDRAS AFILADORAS, MOTOR DE 1/4 HP 110V. MARCA	1,148.49	1,148.49
1.00	72M20A BATIDORA DE 20 LITROS BOWL EN ACERO INOXIDABLE, 3 VELOCIDADES, 110V/60HZ, 3 ACCESORIOS (GANCHO, GLOBO, PALETA), SISTEMA DE SEGURIDAD EN LA TAPA MARCA: HARDMAN (CHINA)	1,515.36	1,515.36
1.00	72TC121 MOLINO DE CARNE EN ACERO INOXIDABLE 110V/60HZ PRODUCCION 120 KG/H MARCA: HARDMAN (CHINA)	739.78	739.78
		TOTAL	

FORMA DE PAGO	FECHA DE ENTREGA	OFERTA VALIDA
Contado	INMEDIATO	15 DIAS
SERVACIONES	ATENTAMENTE	
PRECIOS INCLUYEN I.V.A	ILEANA GONZALEZ AGROINDUSTRIAS WARSA COMPAÑIA ANONIM	

4,730.16

ANEXO 3

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

Fuente: (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

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

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

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO

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

SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las..... hasta las....., en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo

extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR.

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

TERCERA.- REMUNERACIÓN

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

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

CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El presente contrato tendrá una duración de _____ (Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en....., en la ciudad de....., provincia de..... Para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SEXTA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES

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

SEPTIMA.- LEGISLACIÓN APLICABLE

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

OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA

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

NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-

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

EL EMPLEADOR (A)

EL TRABAJADOR (A)

C.C.

C.C.

Fuente: (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013)

Anexo 4

FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI			
FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS			
①		②	
Nº. de Solicitud		Fecha de Presentación	
③			
Denominación del Signo			
④		⑤	
Naturaleza del signo		Tipo de signo	
Denominativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Producto	<input type="checkbox"/>
Figurativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Servicios	<input type="checkbox"/>
Mixto	<input type="checkbox"/>	Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>
Tridimensional	<input type="checkbox"/>	Lema Comercial	<input type="checkbox"/>
Sonoro	<input type="checkbox"/>	Índica Geog/denominación	<input type="checkbox"/>

			<i>origen</i>		
<i>Olfativo</i>	<input type="checkbox"/>		<i>Apariencia Distintiva</i>		<input type="checkbox"/>
<i>Táctil</i>	<input type="checkbox"/>		<i>Marca Colectiva</i>		<input type="checkbox"/>
			<i>Marca de Certificación</i>		<input type="checkbox"/>
			<i>Rótulo Enseña</i>		<input type="checkbox"/>

6

Identificación del(os) solicitante(s)

<i>Nombre(s):</i>					
<i>Dirección:</i>					
<i>Ciudad:</i>		<i>E-mail:</i>			
<i>Teléfonos:</i>		<i>Fax:</i>			
<i>Nacionalidad del Signo:</i>					
<i>Nacionalidad del Solicitante:</i>					

7

Quien(es) actúa(n) a través de

<i>Representante</i>	<input type="checkbox"/>	<i>O</i>	<i>Apoderado</i>	<input type="checkbox"/>
<i>Nombre:</i>				
<i>Dirección:</i>				

Teléfono:		E-mail:	
Registro de poder N°:		Fax:	
<p style="text-align: center;">8</p>			
<p>Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)</p>			
<p><i>Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente N°.</i></p>			
<p style="text-align: center;">9</p> <p>Espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)</p>	<p style="text-align: center;">10</p> <p>Descripción clara y completa del signo</p>		
<p style="text-align: center;">11</p> <p>*Clasificación del elemento figurativo</p>			
<p>Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades</p>			

12 Clasificación Internacional N°.					
13 Signo que acompaña al lema comercial					
Denominación					
Registro N°		Año	Vigente hasta		
Solicitud N°					
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial					
14 Prioridad					
Solicitud N°:		/ /	País:		
15 Abogado patrocinador					
Nombre:					
Casillero IEPI:	Quito		Cuenca		
		Casillero Judicial:			
16 Anexos					
<input type="checkbox"/>					

Comprobante pago tasa N°							
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> etas en papel adhesivo 5x5 c. m.							
Copia cédula ciudadanía para personas naturales							
Copia de la primera solicitud si se reivindica prioridad							
Poder							
Nombramiento de representante legal							
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas)							
Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen)							
<input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los							

Anexo 5

Encuesta

Propuesta de creación de un restaurante de cocina de autor

EDAD__

SEXO__

Marque con una X la respuesta.

PREGUNTA 1

¿Con que frecuencia en el mes come en restaurantes?

- Esporádicamente ___
- 1 vez al mes ___
- 2 veces al mes ___
- 3 veces al mes ___
- 4 veces al mes ___
- más de 4 veces al mes ___

PREGUNTA 2

¿Acude al restaurante con?

- Familia __ ¿Cuántas personas? ____
- Pareja __
- Amigos __ ¿Cuántas personas? ____
- Solo __

PREGUNTA 3

¿Conoce el concepto de los restaurantes de cocina de autor?

- Si ___
- No ___
- Un poco ___

PREGUNTA 4

¿Preferiría un restaurante que utilice productos de su propia huerta en sus preparaciones sobre un restaurante tradicional?

- SI ___
- NO ___

PREGUNTA 5

¿Cuánto gasta por persona en un restaurante tradicional a la carta que no sea de comida rápida?

- ___\$

PREGUNTA 5

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un menú completo de 5 platos en un restaurante de cocina de autor?

- ___\$

PREGUNTA 6

¿Prefiere que en el restaurante tenga unos menús preestablecidos por el chef para degustar o una carta para escoger los platos usted mismo?

- Prefiero un menú preestablecido ___
- Prefiero una carta para escoger los platos ___
- Me gustaría tener las 2 Opciones ___

PREGUNTA 7

¿Prefiere un restaurante de Cocina de Autor en el centro de la ciudad y sus zonas comerciales o en las afueras de la misma?

- En el centro de la ciudad o sus zonas comerciales ___
- En las afueras ___
 - o ¿en qué sector?
 - Valle de Tumbaco ___
 - Puembo ___
 - Valle de los Chillos ___
 - Tambillos ___
 - Otro _____

ANEXO 6

Lista de precios tomada de Supermaxi

LA ORIG.PULPA	1	1.7100	1.71
LA JUGOSA PIN	1	1.2900	1.29
LA JUGOSA FRU	1	1.4500	1.45
B.LOND FALDA	1	9.1400	9.14
SABOR PIN PIC	1	0.9400	0.94
COFFEE HOUSE	1	2.8482	2.85
NESTLE CHOC F	1	2.0804	2.08
SUPERIOR TABL	1	1.7018	1.70
NESTLE CHOC F	1	2.0804	2.08
FECHUGA ESPE	1	6.9900	6.99
SX.CANELA MOL	1	0.6500	0.65
MILANO CHOCOL	1	2.7788	2.78
NIRA ACE.AGUJA	1	6.0300	6.03
SNOS ACEITE O	1	2.9196	2.92
SANGAY TE VER	1	1.3900	1.39
NATURES HEART	1	0.8400	0.84
NATURES HEART	1	0.8400	0.84
HC CORNICK S.	1	1.4464	1.45
NATURES HEART	1	0.8400	0.84
BAMBUSA FINCH	1	0.5982	0.60
SX HUEVO EXTR	1	2.0500	2.05
PRESTO CAMELO	1	1.5800	1.58
VALDEZ AZUCAR	1	1.9600	1.96
LEVAPAN EXTRA	1	0.7500	0.75
LECHERA LECHE	1	1.6786	1.68
SO HACCORONA	1	3.4800	3.48
DE CECCO FETT	1	3.0180	3.01
DON VITTORIO	1	1.3500	1.35
VALDEZ AZUCAR	1	1.8500	1.85
ORO BLANCO HA	1	3.2400	3.24
AJO PELADO EM	1	1.0500	1.05
LA HUERTA APT	1	0.9100	0.91
IRIS MAICENA	1	1.4500	1.45
CHIVERIA VAIN	1	4.3800	4.38
ORG ECUADORIAN	1	0.6400	0.64
ORG BIONUERTO	1	1.1200	1.12
NANA NICHE HO	1	1.2321	1.23
OTONS FRANGUE	1	2.3900	2.39
FRUTILLA 250	1	0.8600	0.86
SX.LECHUGA CR	1	0.5600	0.56
H. PEREJIL	1	0.6000	0.60
BROCOLI	0.305K	0.8197	0.25
COL BLANCA CR	1.730K	0.3815	0.66
GREENGARDEN R	1	0.5900	0.59
ORG TERRAGANA	1	1.8900	1.89
GREENGARDEN H	1	0.5900	0.59
AJI EMPACADO	1	0.4100	0.41
CEBOLLA BLANC	1	1.5400	1.54
PAPA SUPERCHO	1	3.0900	3.09
AGROINDIVISA	1	0.8500	0.85
LIMON GRANDE	0.150K	1.3750	0.22
SANDIA	1.015K	0.7094	0.72
SANDIA	1.015K	-0.7094	-0.72
ZANAHORIA BLA	1.015K	1.4680	1.49
AGROINDIVISA	1	0.9500	0.95
DISTRIFRUT HO	1	1.3700	1.37
MANGO CHUPAR	1.115K	1.4978	1.67
PIMIENTO ROJO	0.300K	3.9333	1.15
PIMIENTO GRAN	0.250K	1.0800	0.27
MEDIO POLLO P	1	4.2300	4.23
MEDIO POLLO P	1	-4.2300	-4.23
TOMATE RINDO	1.040K	1.6154	1.68
LIMON SUTIL M	0.700K	2.2917	1.85
NARANJA EMPAC	1	2.6900	2.69
NARANJA DE	0.690K	2.4493	1.69
ZANAHORIA ANA	0.765K	0.9735	0.76
GREENGARDEN T	1	0.5900	0.59
GREENGARDEN M	1	0.5900	0.59
SUQUINI GRANE	0.690K	0.9565	0.66
GREENGARDEN C	1	1.5800	1.58
PINA	1.895K	0.7914	1.50
COCA COLA SIX	1	3.4643	3.46
SIX PACK SPIR	1	3.4643	3.46

MEGAMAXI
 ** MEGAMAXI EL CONDADO **
 AV. DE LA PRENSA S/N Y AV. KENNEDY
 QUITO - ECUADOR
 CORPORACION FAVORITA S.A.
 AV. GENERAL ENRIQUEZ VIA COTACCHUA
 QUITO - ECUADOR
 RUC:1790016919001
 MEGAMAXI
 ** MEGAMAXI EL CONDADO **
 AV. DE LA PRENSA S/N Y AV. KENNEDY
 QUITO - ECUADOR
 CORPORACION FAVORITA S.A.
 AV. GENERAL ENRIQUEZ VIA COTACCHUA
 QUITO - ECUADOR
 RUC:1790016919001

Descripción	Cantidad	Pre.Uni	Pre.Tot
GUITO SIX PA	1	2.3929	2.39
CASTILLO.ANEJ	1	7.4732	7.47
CLUB PREMIUM	1	5.5893	5.59
TESALIA SIX P	1	1.2500	1.25
CHIKANA MALBE	1	11.6607	11.66
SANTA ENA HER	1	12.3482	12.35
LEDN TARAPACA	1	10.6071	10.61
PILSENER LIGHT	1	4.6161	4.62
EL NARVAL FLA	1	16.0916	16.09
CARIBBEANS TR	1	8.1429	8.14
CRYS AMARETO	1	7.6107	7.61
CASTILLO DCO	1	6.0893	6.09
CLOS PIRQUE S	1	5.0536	5.05
GUSTADINA SHL	1	2.0982	2.10
GIRASOL	1	3.0000	3.00
TRAMERO TUCO	1	1.3304	1.33
D. PETRA VINA	1	1.0446	1.04
HC CORNICK SA	1	1.0289	1.03
SNOS PIDLES.	1	3.3393	3.34
HC CORNICK TO	1	1.4821	1.48
SNOS ACEITUNA	1	2.6161	2.62
ESPANOLA ACEI	1	2.7500	2.75
HC CORNICK SA	1	1.3393	1.34
MIEL ABETA SC	1	6.9300	6.93
MAGGI POSTAZ	1	1.1875	1.19
CORDINEXSA AJ	1	0.9100	0.91
HC CORNICK SA	1	0.9821	0.98
SX.ALMEJDRAG	1	5.4100	5.41
SNOS CHAMPINO	1	2.1607	2.16
CENTAURO DURA	1	2.2589	2.26
NUTRI LECHE E	1	1.1400	1.14
CRISAL SUPER	1	0.6600	0.66
JURIS JAHON E	1	2.4200	2.42
JURIS LONGANI	1	2.1200	2.12
FLORALP CHEDD	1	3.8000	3.80
SX.TOCINETA A	1	3.5700	3.57
SX.HELADO VAI	1	2.2321	2.23
C.MOLE JAHON	1	2.9700	2.97
SHN KIVREL NA	1	2.3125	2.31
ALITAS	1	3.1300	3.13
PULPA TAHARIN	1	2.4800	2.48
PULPA NARANJA	1	1.6100	1.61
KIDONO MOZZAR	1	5.6600	5.66
BAMBUSA PINCH	1	0.5982	0.60
SX.QUESO CREM	1	2.3900	2.39
D.BRAZO S/HUE	1	7.0900	7.09
SX.CREMA DE L	1	1.5714	1.57
HC CORNICK OR	1	1.0714	1.07
RUBINO ARROZ	1	3.2800	3.28
GLORIA PURA C	1	6.2400	6.24
SX.PAPEL ALUM	1	1.0179	1.02
FLORALP BRIE	1	4.0900	4.09
SX.AJO POLVO	1	2.2679	2.27
FLORALP PARME	1	5.4700	5.47
CARICIA PALIL	1	0.3839	0.38
KIDONO LONG.H	1	2.7600	2.76
LEVAPAN COLOR	1	1.3304	1.33
SABOR CANELA	1	0.9400	0.94
C.MOLE GALAN	1	2.1000	2.10
BOMELLA VITAL	1	1.9700	1.99
SX.TILAPIA 45	1	5.9700	5.97
ALEMAN FIGU C	1	7.8900	7.89
MARLA SULTA T	1	0.6271	0.63

Lista Precios Vinos

VINOS COMERCIALIZADOS EN SUPERMAXI (Envases de 75 cl., de vidrio)					
MARCA	CEPA	TIPO	AÑO	ORIGEN	PVP (\$)
Corte Dei Mori	Negro Dávola	tinto	2001	italiano	19.03
Viña Maipo	Merlot	tinto	2005	chileno	8.44
Gato Negro	Cabernet Merlot	tinto	2006	chileno	5.72
Gato Negro	Sauvignon Blanc	blanco	2006	chileno	5.42
Cono Sur	Chardonnay	blanco	2003	chileno	10.28
Cono Sur	Merlot	tinto	2006	chileno	6.89
Antares	Merlot	tinto	2005	chileno	6.21
Montes Reserva	Merlot	tinto	2005	chileno	11.04
León de Tarapacá	Chardonnay	blanco	2006	chileno	7.36
León de Tarapacá	Sauvignon Blanc	blanco	2006	chileno	7.38
Viña Tarapacá	Sauvignon Blanc	blanco	2005	chileno	17.63
Gran Tarapacá	Sauvignon Blanc	blanco	2006	chileno	9.30
Gran Tarapacá	Chardonnay	blanco	2005	chileno	9.41
Tarapacá Reserva	Chardonnay	blanco	2001	chileno	13.73
Canepa	Sauvignon Blanc	blanco	2004	chileno	5.54
Canepa	Chardonnay	blanco	2003	chileno	8.43
Casillero del Diablo	Sauvignon Blanc	blanco	2006	chileno	9.04
Casillero del Diablo	Chardonnay	blanco	2006	chileno	9.04
Casillero del Diablo	Pinot Noir	tinto	2006	chileno	9.04
Carmen	Chardonnay	blanco	2004	chileno	14.87
Carmen Reserva	Cabernet Sauvignon	tinto	2003	chileno	19.95
Carmen	Sauvignon Blanc	blanco	2005	chileno	14.87
Santa Helena	Late Harvest	blanco	2006	chileno	9.22
Santa Helena	Cabernet Sauvignon	tinto	2006	chileno	3.63
Beronia	Rioja	blanco	2004	español	11.70
Beronia	Rioja Tempranillo	tinto	2004	español	18.05
Beronia Gran Reserva	Rioja	tinto	1995	español	28.52
Gato Negro	Cabernet Sauvignon Rosé	rosado	2006	chileno	5.42
Gato Negro	Merlot	tinto	2006	chileno	6.16
Viña Mayor Gran Reserva	Ribera del Duero	tinto	1996	español	39.02
Protos Reserva	Ribera del Duero	tinto	2001	español	53.48
Santa Julia	Cabernet Sauvignon	tinto	2006	argentino	7.65
Santa Julia Reserva	Chadonnay	blanco	2003	argentino	14.75
San Telmo	Cabernet Sauvignon	tinto	2005	argentino	7.28
Ernest & Julio Galio	Cabernet Sauvignon	tinto	1999	EEUU	26.09
Ernest & Julio Galio	Chardonnay	blanco	2002	EEUU	26.09

Marques de Cáceres Reserva	Rioja (150 cl.)	blanco		español	66.17
Marques de Cáceres Gadium		tinto	1996	español	87.69
Conde de Caralt	Blanc de blancs	blanco	2005	español	7.14
Conde de Caralt	Vendimia seleccionada	tinto	2003	español	7.14
Castillo de Liria	Crianza	tinto	2003	español	6.68
Castillo de Liria	Blanc	blanco	2006	español	4.96
Morandé	Merlot	tinto	2007	chileno	7.56
Morandé Reserva	Sauvignon Blanc	blanco	2002	chileno	4.69
Marqués de Velilla Reserva	Ribera del Duero	tinto	1996	español	42.50
Marqués de Riscal	Rueda	blanco	2005	español	11.19
Marqués de Riscal Reserva	Rioja	tinto	2002	español	25.84
Marqués de Arienzo Crianza	Rioja	tinto	2002	español	15.62
Marqués de Casa Concha	Merlot	tinto	2005	chileno	16.89
Marqués de Casa Concha	Chardonnay	blanco	2005	chileno	16.89
Don Melchor, Concha y Toro	Cabernet Sauvignon	tinto	2004	chileno	40.70
Concha y Toro	Merlot Rosé	rosado	2006	chileno	5.37
Sunrise, Concha y Toro	Chardonnay	blanco	2006	chileno	6.43
Sunrise, Concha y Toro	Cabernet Sauvignon	tinto	2006	chileno	6.35
Sunrise, Concha y Toro	Merlot	tinto	2006	chileno	6.35
El Miracle	Tempranillo	tinto	2003	español	10.80
Liebfraumlisch		blanco	2006	alemán	6.10
Casa Silva Reserva	Sauvignon Blanc	blanco	2006	chileno	11.65
Santa Ema	Sauvignon Blanc	blanco	2005	chileno	7.38
KWV	Steen	blanco	2004	sudafricano	10.11
Carlo Rossi	California White	blanco	2006	estadouni- dense	4.70
Camelot	Merlot	tinto	2001	estadouni- dense	17.66
Camelot	Chardonnay	blanco	1999	estadouni- dense	17.68
Doña Paula	Malbec	tinto	2003	argentino	44.13
Catena Alta	Malbec	tinto	2003	argentino	55.76
Cocodrilo	Cabernet Sauvignon	tinto	2004	argentino	14.49
SanTelmo	Cabernet Sauvignon	tinto	2005	argentino	7.28
Rutini	Malbec	tinto	2004	argentino	16.63
Once Acres	Malbec	tinto	2004	argentino	41.04
Felino	Malbec	tinto	2004	argentino	14.49
Cadus	Cabernet Sauvignon	tinto	2000	argentino	49.90
Château Barrail laussac	Bordeaux	tinto	2004	francés	15.57
Château de Lamarque	Haut-Médoc	tinto	2000	francés	33.43
Châteauneuf-Du-Pape		tinto	2004	francés	37.06
Margaux	Bordeaux	tinto	2001	francés	32.56
Barton & Guestier	Sauvignon Blanc	blanco	2005	francés	11.87
Calvet Reserva	Bordeaux	blanco	2004	francés	16.67
Aventus	Merlot y Syrah	tinto	1998	español	195.80
Vega Sicilia	Ribera del Duero	tinto	1991	español	386.30

(CEVALLOS,

2012)

Recetas



Receta							Tiradito de dorado con miel de naranjilla , helado de jengibre y ají criollo.□
No. RECETA : 1	NO. DE PORCIONES		10	peso x porción	0,152		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
1,000	kg	Filete Dorado	\$ 12,00	10%	1,100	13,20	1.- Helado de jengibre: Hacer una salsa inglesa con las yemas la leche y el azúcar agregando a la leche jengibre rallado; luego congelar
					0,000	0,00	2.- Dorado; Filetear laminas muy finas , porcionar y reservar
0,300	kg	Naranjilla			0,300	0,00	3.- Salsa tiradito: hacer un fono de pescado agregar limón ají sal pimienta
0,100	kg	Agua	\$ 0,00	0%	0,100	0,00	xantana
0,100	kg	Azúcar	\$ 1,10	0%	0,100	0,11	4.- Freir el plátano verde para hacer decoraciones en espiral
0,010	kg	sal y pimienta	\$ 1,00	0%	0,010	0,00	5.- Montar y decorar
					0,000	0,00	
3,000	u	yemas	\$ 0,25	0%	3,000	0,75	
0,300	kg	leche	\$ 1,00	0%	0,300	0,30	
0,020	kg	Jengibre	\$ 2,63	5%	0,021	0,06	
		Azúcar			0,000	0,00	
					0,000	0,00	
		Fondo pescado			0,000	0,00	
0,050	kg	Cebolla Perla	\$ 1,09	5%	0,053	0,06	
0,050	kg	Apio	\$ 0,88	5%	0,053	0,05	
0,050	kg	Zanahoria	\$ 1,12	5%	0,053	0,06	
0,050	kg	Espina de Pescado	\$ 1,00	0%	0,050	0,05	
					0,000	0,00	
		Salsa Tiradito			0,000	0,00	
0,100	kg	Cebolla Perla	\$ 1,09	5%	0,105	0,11	
0,050	kg	Apio	\$ 0,88	5%	0,053	0,05	
0,010	kg	Diente de Ajo	\$ 2,53	1%	0,010	0,03	
0,050	kg	Ají criollo	\$ 4,00	5%	0,053	0,21	
0,050	kg	Culantro	\$ 1,50	5%	0,053	0,08	
0,050	kg	Fondo pescado	\$ 7,68	25%	0,063	0,48	
0,025	kg	Limón	\$ 2,50	5%	0,026	0,07	
			\$ 12,00	0%	0,000	0,00	
0,005	kg	Xantana	\$ 36,00	0%	0,005	0,18	
0,150	kg	Plátano verde	\$ 2,00	20%	0,180	0,36	
					0,000	0,00	
					0,000	0,00	
					Costo total	16,19	
					costo x porción	1,62	

LA UVILLA RESTAURANTE

NOMBRE RECETA :		Pulpo a la parrilla con mini llapingachos, crocante de papa y salsa de albahaca..□					
No. RECETA :	NO. DE PORCIONES:	10	peso x porción	0,121			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	Costo con desperdicio	PROCEDIMIENTO
1,000	kg	Pulpo	\$ 8,00	35%	1,350	10,80	1.- Cocinar el pulpo con vegetales por 45 minutos.
1,000	pqt	Albahaca	\$ 1,10	10%	1,100	1,21	2.- Hacer una salsa de albahaca, blanqueándola y licuándola con aceite de oliva
0,010	kg	Cabeza de ajo	\$ 2,53	5%	0,011	0,03	3.- Cocinar la papa pelada y hacer un puré con tocino previamente dorado y picado
0,500	botella	Papa	\$ 1,10	5%	0,525	0,58	4.- Asar el pimiento y cortar en cuadritos
0,200	lts	Tocino	\$ 4,50	0%	0,200	0,90	5.- Hacer una vinagreta para las lechugas con mostaza, limón, azúcar, sal y aceite de oliva.
0,200	kg	Pimiento rojo	\$ 2,56	5%	0,210	0,54	6.- Montar y decorar con brotes sazonados con la misma vinagreta
0,200	kg	Lechuga crespita	\$ 3,50	10%	0,220	0,77	
0,200	kg	Lechuga Morada	\$ 4,00	10%	0,220	0,88	
0,050	kg	Limón	\$ 2,00	0%	0,050	0,10	
0,025	kg	mostaza	\$ 15,00	0%	0,025	0,38	
0,020	kg	Azúcar	\$ 1,10	0%	0,020	0,02	
0,500	pqt	brotes de alfalfa	\$ 1,18	25%	0,625	0,74	
0,300	lts	Aceite de Oliva	\$ 4,50	0%	0,300	1,35	
						0,00	
Costo total						18,29	
Costo x porción						1,83	

LA UVILLA RESTAURANTE

NOMBRE RECETA :		Cerdo con salsa de uvilla soya y jengibre acompañado de vegetales salteados y puré de zanahoria blanca.☐					
No. RECETA : 1		NO. DE PORCIONES:	10	Peso x Porción	0,327		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
1,000	kg	Lomo de Cerdo	\$ 12,00	5%	1,050	12,60	1.- salsa: hacer un caramelo con el azúcar y agregar la pulpa luego dejar reducir y agregar el jengibre rallado la crema de leche y la mantequilla 2.- Glasear todos los vegetales previamente blanqueados en mantequilla, azúcar, salsa de soya 3.- Hacer un puré de zanahoria blanca y aún caliente agregar el queso gouda mezclar bien y reservar 4.- Montar todo el plato con decoración central.
0,200	kg	mantequilla	\$ 10,00	0%	0,200	2,00	
					0,000	0,00	
0,300	kg	pulpa maracuyá	\$ 9,00	0%	0,300	2,70	
0,050	kg	jengibre	\$ 10,00	5%	0,053	0,53	
0,300	kg	azúcar	\$ 1,10	0%	0,300	0,33	
0,100	kg	mantequilla	\$ 10,00	0%	0,100	1,00	
0,100	lts	crema de leche	\$ 4,50	0%	0,100	0,45	
0,200	lts	salsa de soya	\$ 8,00	0%	0,200	1,60	
						0,00	
					0,000	0,00	
0,500	kg	zanahoria baby	\$ 5,00	0%	0,500	2,50	
0,100	kg	zuquini amarillo	\$ 6,00	5%	0,105	0,63	
0,200	kg	hongos shitake	\$ 15,00	5%	0,210	3,15	
0,050	kg	mantequilla	\$ 10,00	0%	0,050	0,50	
0,100	kg	cebolla perla	\$ 2,50	5%	0,105	0,26	
0,100	kg	pimientos rojos grandes	\$ 3,46	10%	0,110	0,38	
					0,000	0,00	
0,500	kg	zanahoria blanca	\$ 4,00	10%	0,550	2,20	
0,250	kg	queso gouda	\$ 16,00	0%	0,250	4,00	
0,100	kg	mantequilla	\$ 10,00	0%	0,100	1,00	
					0,000	0,00	
0,100	kg	sal	\$ 1,00	0%	0,100	0,10	
0,020	kg	pimienta	\$ 17,00	0%	0,020	0,34	
1,000	pqt	brotos soja	\$ 1,25	0%	1,000	1,25	
					0,000	0,00	
					0,000	0,00	
					Costo total	37,52	
					Costo x porción	3,75	

LA UVILLA RESTAURANTE

NOMBRE RECETA :		Langostinos crujientes con coco, curry y cúrcuma, reducción de balsámico y mini buñuelos de yuca. □					
No. RECETA :	NO. DE PORCIONES:	10	Peso x Porción	0,183			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
1,000	Kg	Langostinos grandes	\$ 15,00	25%	1,250	18,75	
5,000	u	claras	\$ 0,25	0%	5,000	1,25	1.-Sazonar los langostinos previamente limpiados
1,000	pqt	fideo de arroz	\$ 2,50	0%	1,000	2,50	2.- Moler el fideo de arroz
0,200	kg	harina	\$ 0,90	0%	0,200	0,18	3.- Pasar el langostino por harina claras y fideo de arroz para luego freirlo a alta temperatura
1,000	lts	aceite	\$ 4,50	0%	1,000	4,50	4.- Hacer una reducción de Vinagre Balsámico y azúcar
						0,00	5.- hacer un puré con la yuca, hacer bolitas y colocar queso en el medio, apanar y freír.
0,200	L	leche de coco	\$ 9,00	0%	0,200	1,80	6.- montar y decorar
0,040	kg	curry	\$ 12,00	0%	0,040	0,48	
0,040	kg	cúrcuma		0%	0,040	0,00	
					0,000	0,00	
0,100	lts	vinagre balsámico	\$ 12,00	0%	0,100	1,20	
0,100	l	azúcar	\$ 1,10	0%	0,100	0,11	
1,000	pqt	brotos lenteja	\$ 1,18	0%	1,000	1,18	
0,500	kg	yuca	\$ 3,50	20%	0,600	2,10	
0,100	Kg	queso cheddar	\$ 12,00	0%	0,100	1,20	
0,300	Kg	apanadura	\$ 1,20	0%	0,300	0,36	
0,250	kg	queso parmesano (para crocante)	\$ 12,00		0,250	3,00	
					Costo total	38,61	
					Costo x porción	3,86	

LA UVILLA RESTAURANTE

NOMBRE RECETA :		Robalo a la plancha con salsa de nísperos y Peras glaseadas					
No. RECETA : 1	NO. DE PORCIONES:	10	Peso x Porción	0,172			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
1,000	kg	Róbalo filete con piel	\$ 12,00	15%	1,150	13,80	1.- sazonar el robalo y freír del lado de la piel bañando con mantequilla constantemente
0,200	kg	Mantequilla	\$ 10,00	0%	0,200	2,00	2.- Hacer una salsa cocinando los nísperos quitándole la pepa, licuarlos y cernir el zumo;
0,100	lts	aceite de oliva	\$ 18,00	0%	0,100	1,80	luego hacer un caramelo , agregar el zumo de níspero el vino y el azúcar
					0,000	0,00	dejar reducir y agregar la crema de leche al final
0,500	kg	nísperos	\$ 5,00	40%	0,700	3,50	3.- glasear las peras peladas y las verduras
0,100	lts	vino blanco	\$ 4,50	0%	0,100	0,45	4.- Montar decorar
0,300	kg	azúcar	\$ 1,10	0%	0,300	0,33	
0,100	lts	crema de leche	\$ 4,50	0%	0,100	0,45	
	kg				0,000	0,00	
0,300	kg	pera	\$ 6,00	15%	0,345	2,07	
0,300	kg	azúcar	\$ 1,10	0%	0,300	0,33	
0,100	kg	Mantequilla	\$ 10,00	0%	0,100	1,00	
0,010	kg	sal	\$ 1,00	0%	0,010	0,01	
0,005	kg	anís estrellado	\$ 16,00	0%	0,005	0,08	
					0,000	0,00	
0,200	kg	espárragos	\$ 5,00	15%	0,230	1,15	
0,200	kg	zanahoria	\$ 2,00	10%	0,220	0,44	
0,200	kg	tomate cherry	\$ 5,00	0%	0,200	1,00	
0,100	kg	flores	\$ 8,00		0,100	0,80	
					0,000	0,00	
					0,000	0,00	
					0,000	0,00	
					Costo total	29,21	
					Costo x porción	2,92	

LA UVILLA RESTAURANTE

Receta	Trilogía: Tiramisú de mango, Profiteroles rellenos de sabayón con chicha, y emborrajados con salsa de chocolate semi amargo.						
No. RECETA : 1	NO. DE PORCIONES:	10	Peso x Porción	0,192			
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
0,300	Kg.	Harina	\$ 1,45	0%	0,300	0,44	
0,010	Kg.	Azúcar	\$ 1,10	0%	0,010	0,01	
0,010	Kg.	Sal	\$ 1,00	0%	0,010	0,01	
0,250	Kg.	leche	\$ 1,20	0%	0,250	0,30	
0,250	Kg.	mantequilla	\$ 10,00	0%	0,250	2,50	
0,250	Kg.	agua	\$ 0,00	0%	0,250	0,00	
4,000	u	huevos aprox	\$ 0,25	0%	4,000	1,00	
1,000	Kg.	chicha	\$ 0,00	0%	1,000	0,00	
3,000	Kg.	yemas	\$ 0,25	0%	3,000	0,75	
0,200	Kg.	crema de leche	\$ 4,50	0%	0,200	0,90	
0,100	Kg.	azúcar	\$ 1,10	0%	0,100	0,11	
					0,000	0,00	
3,000	u	plátano maduro	\$ 0,50	0%	3,000	1,50	
0,500	Kg.	harina	\$ 1,45	0%	0,500	0,73	
3,000	u	huevo	\$ 0,25	0%	3,000	0,75	
0,200	Kg.	azúcar	\$ 1,10	0%	0,200	0,22	
1,000	lts	aceite	\$ 4,50	0%	1,000	4,50	
					0,000	0,00	
0,500	kg	Chocolate semi amargo	\$ 15,00	0%	0,500	7,50	
					0,000	0,00	
					0,000	0,00	
0,350	Kg.	queso mascarpone	\$ 9,00	0%	0,350	3,15	
2,000	u	mango	\$ 1,00	30%	2,600	2,60	
0,200	Kg.	azúcar impalpable	\$ 4,00	0%	0,200	0,80	
0,500	pqt	gelatina sin sabor	\$ 0,70	0%	0,500	0,35	
1,000	pt	bizcotelas	\$ 2,50	0%	1,000	2,50	
0,100	kg	café expreso	\$ 12,00	0%	0,100	1,20	
0,200	Kg.	azúcar	\$ 1,10	0%	0,200	0,22	
					0,000	0,00	
Costo Total de la Receta						32,03	
Costo de la porción						3,20	

(Myhrvold)

Cortesías



Amenitie: camarón al ajillo con aire de limón y chifles							
Receta							
No. RECETA : 1		NO. DE PORCIONES:	10	Peso x Porción	0,091		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
0,200	Kg.	camarón grande	\$ 13,00	10%	0,220	2,86	
0,050	Kg.	cebolla perla	\$ 2,56	0%	0,050	0,13	
0,050	Kg.	pimiento rojo	\$ 3,18	0%	0,050	0,16	
0,050	Kg.	pimiento verde	\$ 3,18	10%	0,055	0,17	
2,000	u	limón	\$ 0,10	0%	2,000	0,20	
0,005	Kg.	lecitina	\$ 32,00	0%	0,005	0,16	
0,015	Kg.	ajo	\$ 4,50	0%	0,015	0,07	
1,000	u	plátano verde	\$ 0,50	0%	1,000	0,50	
0,040	Kg.	mantequilla	\$ 10,00	0%	0,040	0,40	
				0%	0,000	0,00	
				5%	0,000	0,00	
Costo Total de la Receta						4,65	
Costo de la porción						0,46	

LA UVILLA RESTAURANTE

Petit fours: bombones de salsa de uvilla							
Receta							
No. RECETA : 1		NO. DE PORCIONES:	10	Peso x Porción	-0,610		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
0,200	Kg.	uvilla	\$ 9,00	0%	0,200	1,80	
0,100	Kg.	azúcar	\$ 1,10	0%	0,100	0,11	
0,300	Kg.	chocolate semi amargo	\$ 16,00	0%	0,300	4,80	
0,300	Kg.	chocolate blanco	\$ 12,00	5%	0,315	3,78	
Costo Total de la Receta						10,49	
Costo de la porción						1,05	

Bebidas

LA UVILLA RESTAURANTE

Daiquiri de maracuyá con caviar de chocolate							
Receta							
No. RECETA :		NO. DE PORCIONES:	1	Peso x Porción	8 oz		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
0,075	lts	ron cubano blanco añejo	\$ 35,00	0%	0,075	2,63	
0,075	kg	hielo	\$ 5,00	0%	0,075	0,38	
0,075	lts	pulpa de maracuyá	\$ 5,00	0%	0,075	0,38	
0,050	kg	azúcar	\$ 1,10	0%	0,050	0,06	
0,050	pqt	chocolate bolitas	\$ 2,50	0%	0,050	0,13	
Costo Total de la Receta						3,56	
Costo de la porción						3,56	

LA UVILLA RESTAURANTE

Michelada con ají mirasol							
Receta							
No. RECETA :		NO. DE PORCIONES:	1	Peso x Porción	8 oz		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
1,000	u	cerveza pilsener mediana	\$ 1,50	0%	1,000	1,50	
0,020	kg	sal	\$ 2,30	0%	0,020	0,05	
1,000	U	ají mirasol	\$ 0,25	0%	1,000	0,25	
3,000	u	limón	\$ 0,10	0%	3,000	0,30	
Costo Total de la Receta						2,10	
Costo de la porción						2,10	

LA UVILLA
RESTAURANTE

Receta Mojito con hierba luisa							
No. RECETA :		NO. DE PORCIONES:	1	Peso x Porción	5 oz		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
0,050	Kg.	ron cubano blanco añejo	\$ 35,00	0%	0,050	1,75	
0,100	pqt	menta	\$ 2,30	0%	0,100	0,23	
1,000	U	limón Meyer	\$ 0,25	0%	1,000	0,25	
0,100	pqt	hierba luisa fresca	\$ 2,25	0%	0,100	0,23	
0,100	pqt	hierba buena	\$ 2,25	0%	0,100	0,23	
0,050	Kg.	hielo	\$ 5,00	0%	0,050	0,25	
0,075	Kg.	azúcar	\$ 1,10	0%	0,075	0,08	
Costo Total de la Receta						3,01	
Costo de la porción						3,01	

LA UVILLA
RESTAURANTE

Receta Canelazo sour							
No. RECETA :		NO. DE PORCIONES:	1	Peso x Porción	8 oz		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES	costo unitario	% desperdicio	Cant +desperdicio	COSTO	PROCEDIMIENTO
0,075	Kg.	caña manabita	\$ 10,00	0%	0,075	0,75	
0,100	pqt	canela	\$ 2,30	0%	0,100	0,23	
0,200	Kg.	agua	\$ 0,00	0%	0,200	0,00	
1,000	u	naranja	\$ 0,25	0%	1,000	0,25	
0,100	Kg.	azúcar	\$ 2,25	0%	0,100	0,23	
1,000	u	huevo	\$ 0,25	0%	1,000	0,25	
0,075	Kg.	hielo	\$ 5,00	0%	0,075	0,38	
Costo Total de la Receta						2,08	
Costo de la porción						2,08	

(Gisslen, 2001)