



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TÍTULO:**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TURÍSTICO DE COMIDA  
ECUATORIANA AMBIENTADO EN LAS CUATRO REGIONES DEL ECUADOR**

**AUTORAS:**

Celi Hernández Vicky María  
López Villegas Tannia Michel

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL  
INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

Econ. Venustiano Carrillo Mañay

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Vicky María Celi Hernández y Tannia Michel López Villegas, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingenieras en Gestión Empresarial Internacional.

**TUTOR:**

---

Econ. Venustiano Carrillo Mañay

**DIRECTORA (E) DE LA CARRERA**

---

Lcda. Lucía PérezJiménez, MGE

**Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, **Vicky María Celi Hernández y Tannia Michel López Villegas**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **Implementación de un restaurante turístico de comida ecuatoriana ambientado en las cuatro regiones del Ecuador**, previa a la obtención del Título de Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional Trilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014**

**LAS AUTORAS**

---

Celi Hernández Vicky María

---

López Villegas Tannia Michel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA: GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Nosotras, **Vicky María Celi Hernández y Tannia Michel López Villegas**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Implementación de un restaurante turístico de comida ecuatoriana ambientado en las cuatro regiones del Ecuador** cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 9 días del mes de septiembre del año 2014**

### **LAS AUTORAS**

---

Celi Hernández Vicky María

---

López Villegas Tannia Michel

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios, quien con su amor nos ha dado fuerzas para seguir en la lucha, quien nos ha iluminado y guiado para llegar a la culminación de mi carrera.

A nuestros padres, por su amor y preocupación, quien con su guía estricta ha hecho de nosotros personas íntegras, llenas de valores que serán armas para toda nuestra vida.

A nuestro tutor del proyecto, quien ha dedicado su tiempo y esmero para la culminación de este trabajo de titulación.

A mi compañera de tesis, con quien conjuntamente se realizó este proyecto, por su responsabilidad y esfuerzo, tan importantes para llegar a nuestra meta.

Vicky Celi y Tannia López

## DEDICATORIA

A Dios, quien ha sido nuestro guía y fortaleza para seguir adelante en los momentos difíciles, a nuestros padres, que con su amor, su guía y apoyo han sabido guiarnos hasta llegar a esta instancia de nuestros estudios, quienes nos han enseñado que el esfuerzo siempre es recompensado, y que con sus consejos ha hecho de nosotros unas personas de bien.

A nuestras familias, quienes siempre nos han apoyado, con el anhelo de vernos llegar a la meta deseada, a nuestros docentes, que con su conocimiento y motivación nos han dado las armas para poder cumplir nuestros objetivos..

Vicky Celi y Tannia López



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**CALIFICACIÓN**

---

**Econ. Venustiano Carrillo Mañay**

**TUTOR**

## RESUMEN

Degustar la gastronomía ecuatoriana es una de las actividades más atractivas para los turistas nacionales e internacionales. Guayaquil ofrece una variedad de restaurantes de comida nacional e internacional. Sin embargo, no existe un lugar en donde se brinde los platos más destacados de las regiones del país complementándolo con un ambiente propio de ellas, permitiéndole al cliente transportarse a la región que desee no solamente con la degustación de los platillos sino también con la visualización del ambiente.

Esta clase de restaurante es único en el país, existen ciertos lugares que ofrecen distintos platos típicos, pero sin resaltar la cultura y costumbres de nuestra gente, que es lo que se busca mostrar al turista. El no tener un competidor directo hará que el restaurante se destaque por su originalidad, factor que aumenta las probabilidades de éxito del proyecto.

Debido a la alta inversión y costos operacionales que requiere el proyecto, este estará enfocado en los estratos sociales de la clase media típica a alta del país, además de turistas nacionales y extranjeros. La ciudad elegida ha sido Guayaquil debido a que es uno de los principales destinos turísticos del país.

**Palabras Claves:** gastronomía ecuatoriana, restaurante turístico, regiones, cultura ecuatoriana, turistas nacionales e internacionales, cultura y tradiciones.



## ABSTRACT

Tasting the Ecuadorian cuisine is one of the most attractive activities to domestic and international tourists. Guayaquil has a wide variety of restaurants offering national and international cuisine. However, there is not a place where people can enjoy the region, the typical food and the environment at the same time.

This restaurant is unique in the country because there are certain places that offer different dishes, but without highlighting the culture and customs of our people. The fact of not having a direct competitor will make the restaurant stand out for their originality, which will guarantee the success of the project.

Due to the high investment and operating costs required for the project, this restaurant will focus on the social strata of the typical middle to upper class of the country, in addition to domestic and foreign tourists. The city has been chosen because Guayaquil is one of the main tourist destinations.

**Keywords:** Ecuadorian cuisine, tourist restaurant, regions, Ecuadorian culture, national and international tourists, culture and traditions.

## RÉSUMÉ

Déguster la cuisine équatorienne est une des activités la plus attractives pour les touristes nationaux et internationaux. Guayaquil offre une variété de restaurants de nourriture nationale et étrangère. Cependant, il n'existe pas un lieu où les plateaux les plus remarquable de chaque région du pays soient offerts avec un environnement propre d'elles, en permettant aux consommateurs d'être transporté à la région qu'ils désirent, non seulement avec la dégustation des plats mais aussi en profitant de l'atmosphère.

Ce type de restaurant est unique dans le pays, il y en a certains qui offrent des plateaux typiques, mais sans faire connaître la culture et les coutumes de nos gens. Le fait de ne pas avoir un concurrent direct fera que le restaurant se détache par son originalité, facteur qui augmente les probabilités de succès du projet.

A cause du haut investissement et les coûts opérationnels que le projet demande, il sera ciblé aux strates sociales de la classe moyenne typique et haute du pays, en plus des touristes nationaux et étrangers. La ville choisie a été Guayaquil en raison d'être une des destinations principales touristiques du pays.

**Mots-clés:** Cuisine équatorienne, restaurant touristique, régions, culture équatorienne, touristes nationaux et internationaux, la culture et des traditions.

# ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
CALIFICACIÓN.....	VII
RESUMEN.....	VIII
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	2
1.1. Planteamiento del Problema.....	2
1.2 Formulación del problema.....	3
1.3 Objetivo general.....	3
1.4 Objetivos Específicos.....	4
1.5 Justificación .....	4
1.6 Metodología.....	5
CAPITULO II .....	6
2.1 Marco teórico.....	6
2.1.2 Antecedentes Generales.....	6
2.1.2.1 Turismo en Ecuador .....	6
2.1.2.2 Importancia del turismo en la Economía.....	7
2.1.2.3 Principales mercados turísticos que visitan el Ecuador.....	10
2.1.2.5 Concentración de turistas nacionales.....	13
2.1.2.6 Guayaquil .....	14
2.1.2.6.1 Las siete maravillas de Guayaquil .....	15

2.1.2.6.2 Actividades Económicas en la ciudad de Guayaquil .....	18
2.1.2.7 Gastronomía Ecuatoriana.....	20
2.1.2.7.1 Importancia de la gastronomía para promover el turismo.....	24
CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	25
3.1 Tipo de Investigación .....	25
3.2 Estudio de mercado .....	26
3.3 Clientes potenciales .....	26
3.4 Análisis de la competencia.....	26
3.5.1 Factores de decisión al momento de elegir un restaurante.....	32
3.5.2 Población y muestra .....	32
3.5.3 Demanda Estimada.....	38
3.5.4 Método de muestreo .....	39
3.5.5 Encuestas .....	41
CAPÍTULO IV: PLAN DE MARKETING.....	66
4.1 Estrategias de mercado: producto, plaza, precio y promoción .....	66
4.1.1 Estrategia de precios .....	66
4.1.2 Estrategia de producto .....	67
4.1.3 Estrategia de plaza y distribución .....	72
4.1.4 Estrategia de promoción .....	73
CAPITULO V: PRESENTACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	76
5.1 Nombre del restaurante típico .....	76
5.2 Idea del producto.....	77
5.3 Tipo de Empresa .....	77
5.3.1 Accionistas .....	77
5.4 Organización .....	78
5.4.1 Diseño de puestos, funciones y perfil del colaborador.....	78
5.4.2 Perfil del colaborador.....	79
5.4.3 Estructura organizacional.....	82
5.4.4 Reglamento interno.....	83

5.4.5 Cultura empresarial.....	83
5.5 Marco legal .....	84
5.6 Plan estratégico: Misión, visión y objetivos .....	91
5.7 Análisis FODA.....	92
5.8 Posicionamiento de la Empresa.....	94
5.8.1 Propuesta de valor .....	94
CAPITULO VI: ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO .....	96
6.1 Características del producto/servicio.....	96
6.2 Proceso de producción .....	97
6.2.1 Proceso de elaboración de productos .....	97
6.2.2 Proceso completo de abastecimiento, producción y atención al cliente .....	100
6.3 Determinación del tamaño de la planta.....	101
6.4 Determinación de la capacidad de la planta .....	102
6.5 Costo de Terreno y obras civiles.....	105
6.6 Plan de Inversiones activos fijos.....	106
6.6.1 Equipos y maquinarias .....	106
6.6.2 Muebles y enseres .....	107
6.6.3 Equipo de oficina .....	108
6.6.4 Vehículos .....	109
6.6.5 Climatización.....	109
6.6.6 Utensilios, cristalería y menaje .....	110
CAPÍTULO VII: ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO .....	111
7.1 Plan de inversiones .....	111
7.2 Fuentes de financiamiento .....	112
7.3 Política de cobro, pagos y existencia .....	112
7.4 Depreciaciones .....	113
7.4 Amortización.....	114
7.5 Estimación de Precios .....	116
7.6 Estimaciones de ventas.....	117
7.6.1 Volumen de estimado de ventas.....	117

7.6.2 Ingresos estimados por ventas .....	118
7.6 Gastos Sueldos.....	120
7.6.1 Rol de pagos.....	120
7.6.2 Sueldos y salarios promedio .....	121
7.7 Costo de Materia prima y materiales indirectos.....	121
7.8 Gastos de Administración, Ventas y Costos indirectos de fabricación .....	123
7.9 Estados Financieros.....	125
7.9.1 Estado de Pérdidas y ganancias .....	125
7.9.2 Flujo de Caja Proyectado.....	126
7.9.3 Balance general.....	128
7.9.4 Tasa Interna de Retorno (TIR) Financiera y Valor Actual Neto (VAN) .....	130
7.9.5 Punto de Equilibrio .....	130
7.9.6 Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) .....	131
7.9.7 Relación Costo-Beneficio.....	131
7.9.8 Capital de Trabajo.....	132
7.9.9 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	132
7.9.10 Comparación de escenarios (Optimista y pesimista) .....	133
7.9.11 Reparación y Mantenimiento.....	135
7.9.12 Seguros .....	136
CONCLUSIONES.....	137
RECOMENDACIONES .....	138
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	139
BIBLIOGRAFÍA.....	140
ANEXOS.....	142
Anexo 1: Modelos de Encuestas .....	142
Anexo 2: Cuestionario para la entrevista al experto.....	149
Anexo 3: Recetas de Costos .....	150
Anexo 2: Resumen de costos por producto.....	177
Anexo 3: Clasificación de costos por categorías .....	179

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR 2013-2014.....	9
TABLA 2 PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS AL ECUADOR .....	10
TABLA 3: EMPRESAS CON MAYOR UTILIDAD SOBRE VENTA .....	19
TABLA 4: PROYECCIÓN POBLACIÓN ECUATORIANA.....	33
TABLA 5: EXTRANJEROS INGRESADOS AL PAÍS 2013-2014 .....	34
TABLA 6: EDADES DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA .....	35
TABLA 7: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE GUAYAQUIL 2011-2020 .....	37
TABLA 8: PROYECCIÓN DE LA LLEGADA DE EXTRANJEROS AL PAÍS 2014-2020.....	<b>¡ERROR!</b>
<b>MARCADOR NO DEFINIDO.</b>	
TABLA 9: PROYECCIÓN DEL TURISMO INTERNO EN EL PAÍS 2011-2020	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
TABLA 10: CÁLCULO DE LA DEMANDA ESTIMADA.....	38
TABLA 11: CÁLCULO DEL TARGET .....	39
TABLA 12: CÁLCULO DE LA MUESTRA POR ESTRATO.....	40
TABLA 13: GASTOS DE PUBLICIDAD .....	75
TABLA 14: COSTO CERTIFICADO DE TRAMPA DE GRASA .....	88
TABLA 15: GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	90
TABLA 16: PROCESO DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS.....	98
TABLA 17: ÁREAS DEL RESTAURANTE .....	101
TABLA 18: CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	103
TABLA 19: CÁLCULO DEL CAREA DEL SALÓN.....	103
TABLA 20: CÁLCULO NÚMERO DE COMENSALES AÑO 1 .....	104
TABLA 21: COSTO DE ADECUACIÓN Y ARRIENDO .....	105
TABLA 22: INVERSIÓN EN EQUIPOS Y MAQUINARIAS .....	106
TABLA 23: INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES.....	108
TABLA 24: INVERSIÓN EQUIPOS DE OFICINA .....	109
TABLA 25: VEHÍCULO APORTADO POR LOS SOCIOS .....	109
TABLA 26: INVERSIÓN EN CLIMATIZACIÓN .....	109
TABLA 27: INVERSIÓN EN UTENSILIOS, CRISTALERÍA Y MENAJE .....	110
TABLA 28: PLAN DE INVERSIONES .....	111
TABLA 29: FUENTES DE FINANCIAMIENTO .....	112
TABLA 30: POLÍTICA DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS.....	112

TABLA 31: DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS .....	113
TABLA 32: DEPRECIACIONES POR DEPARTAMENTO.....	113
TABLA 33: AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO INSTITUCIÓN FINANCIERA.....	114
TABLA 34: PRECIOS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO.....	116
TABLA 35: PRECIOS PROYECTADOS.....	116
TABLA 36: ESTIMACIONES DE VENTAS 2015-2017.....	117
TABLA 37: ESTIMACIONES DE VENTAS 2018-2019.....	117
TABLA 38: INGRESOS ESTIMADOS POR VENTAS 2015-2016.....	118
TABLA 39: INGRESOS ESTIMADOS POR VENTAS 2017-2018.....	118
TABLA 40: INGRESOS ESTIMADOS POR VENTAS AÑO 2019.....	118
TABLA 41: ROL DE PAGOS .....	120
TABLA 42: SUELDO Y SALARIOS PROMEDIO .....	121
TABLA 43: COSTO MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES INDIRECTOS.....	121
TABLA 44: GASTOS ADMINISTRATIVOS, DE VENTAS Y COSTOS INDIRECTOS .....	123
TABLA 45: RECETA DE COSTOS ARROZ CON MENESTRA Y POLLO ASADO.....	150
TABLA 46: ARROZ CON MENESTRA Y CARNE ASADA.....	150
TABLA 47: ARROZ CON MENESTRA Y CHULETA ASADA .....	151
TABLA 48: ARROZ CON PESCADO APANADO Y PATACONES .....	151
TABLA 49: GUATITA.....	152
TABLA 50: BANDERA.....	152
TABLA 51 CALDO DE SALCHICHA .....	153
TABLA 52: CALDO DE BOLAS.....	153
TABLA 53: CAZUELA DE PESCADO.....	154
TABLA 54:SECO DE GALLINA.....	154
TABLA 55: MORO DE LENTEJA CON CARNE ASADA .....	154
TABLA 56: MORO DE LENTEJA CON POLLO ASADO .....	155
TABLA 57: MORO DE LENTEJA CON CHULETA ASADA.....	155
TABLA 58:MORO DE LENTEJA CON PESCADO APANADO .....	156
TABLA 59: ENCEBOLLADO DE PESCADO .....	156
TABLA 60: ENCEBOLLADO MIXTO.....	157
TABLA 61: HORNADO.....	157
TABLA 62: LLAPINGACHO.....	158
TABLA 63: FRITADA .....	158
TABLA 64: CHUGCHUCARAS .....	159
TABLA 65: MOTE SUCIO .....	159
TABLA 66: MOTE PILLO .....	160
TABLA 67: PAPAS CON CUERO.....	160
TABLA 68: CUY ASADO.....	160
TABLA 69: YAGUARLOCRO .....	161
TABLA 70: CEVICHE DE CHOCHOS.....	161
TABLA 71: MAITO DE TILAPIA .....	162
TABLA 72: AYAMPACO.....	162
TABLA 73: CAZAVE .....	163



TABLA 74: TRIPA MISHQUI .....	163
TABLA 75: ENCOCADO DE CAMARÓN .....	163
TABLA 76: EL BRUJO ASADO .....	164
TABLA 77: CEVICHE DE CAMARÓN.....	164
TABLA 78: CEVICHE DE PESCADO .....	165
TABLA 79: CEVICHE DE CONCHAS .....	165
TABLA 80: CANGREJOS CRIOLLOS .....	166
TABLA 81: ARROZ CON CONCHA .....	166
TABLA 82: HIGOS CON QUESO .....	166
TABLA 83: TORTA DE MADURO .....	167
TABLA 84: CHUCULA .....	168
TABLA 85: MOROCHO .....	168
TABLA 86: ARROZ CON LECHE .....	169
TABLA 87: ENSALADA DE FRUTAS .....	169
TABLA 88: QUESO DE LECHE .....	170
TABLA 89: EMPANADAS DE QUESO .....	170
TABLA 90: EMPANADAS DE POLLO .....	170
TABLA 91: EMPANADAS DE CARNE.....	171
TABLA 92: TORTILLA DE VERDE.....	171
TABLA 93: TORTILLA DE MAÍZ CON QUESO.....	171
TABLA 94: HUMITAS .....	172
TABLA 95: BOLÓN DE VERDE CON CHICHARRÓN .....	172
TABLA 96: BOLÓN DE VERDE CON QUESO.....	173
TABLA 97: MUCHÍN DE YUCA.....	173
TABLA 98: CORVICHES.....	173
TABLA 99: CANELAZO.....	174
TABLA 100: LIMONADA .....	174
TABLA 101: JUGO DE COCO .....	174
TABLA 102: JUGO DE FRUTILLA.....	175
TABLA 103: JUGO DE FRUTILLA CON NARANJA .....	175
TABLA 104: JUGO DE PIÑA CON QUINEO Y MARACUYÁ.....	175
TABLA 105: JUGO DE MORA .....	176
TABLA 106: JUGO DE NARANJILLA .....	176
TABLA 107: JUGO DE NARANJA.....	176
TABLA 108: OTRAS BEBIDAS .....	177
TABLA 109: COSTOS POR PRODUCTO.....	177
TABLA 110: COSTO PROMEDIO POR CATEGORÍA DE PRODUCTO.....	179

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 POSICIÓN DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA .....	7
GRÁFICO 2: ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR .....	8
GRÁFICO 4 CONCENTRACIÓN DE LA DEMANDA EXTRANJERA .....	12
GRÁFICO 5: CONCENTRACIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL .....	13
GRÁFICO 6: SANTAY UNA BUENA OPCIÓN PARA EL ECOTURISMO .....	16
GRÁFICO 7: ZOOLOGICO EL PANTANAL .....	17
GRÁFICO 8: PARQUE SAMANESFUENTE: ECUADOR AMA LA VIDA.....	18
GRÁFICO 9: ESTRATIFICACIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO .....	36
GRÁFICO 10: PASTEL-PREGUNTA 1 .....	49
GRÁFICO 11: PASTEL-PREGUNTA 2.....	50
GRÁFICO 12: PASTEL-PREGUNTA 3.....	51
GRÁFICO 13: PASTEL - PREGUNTA 4.....	51
GRÁFICO 14: PASTEL- PREGUNTA 5.....	52
GRÁFICO 15: PASTEL - PREGUNTA 6.....	53
GRÁFICO 16: PASTEL- PREGUNTA 7.....	53
GRÁFICO 17: PASTEL -PREGUNTA 8.....	54
GRÁFICO 18: PASTEL- PREGUNTA 9.....	55
GRÁFICO 19: PASTEL-PREGUNTA 10.....	56
GRÁFICO 20: PASTEL- PREGUNTA 11.....	57
GRÁFICO 21: PASTEL - PREGUNTA 12 .....	57
GRÁFICO 22: PASTEL -PREGUNTA 13.....	58
GRÁFICO 23: PASTEL-PREGUNTA 14.....	59
GRÁFICO 24: PASTEL-PREGUNTA 15.....	60
GRÁFICO 25: PASTEL - PREGUNTA 16 .....	61
GRÁFICO 26: MENÚ COSTA .....	67
GRÁFICO 27: MENÚ SIERRA .....	68
GRÁFICO 28: MENÚ ORIENTE .....	68

GRÁFICO 29: MENÚ REGIÓN INSULAR .....	69
GRÁFICO 30: MENÚ POSTRES .....	69
GRÁFICO 31: MENÚ PIQUEOS .....	70
GRÁFICO 32: MENÚ BEBIDAS .....	70
GRÁFICO 33: LOGO .....	71
GRÁFICO 34: ORGANIGRAMA .....	82
GRÁFICO 35: PROCESO COMPLETO DE ABASTECIMIENTO, PRODUCCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE .....	100
GRÁFICO 36: DISEÑO DE LA PLANTA .....	102
GRÁFICO 37: COMPORTAMIENTO DE COSTOS Y VENTAS .....	119
GRÁFICO 38: HISTOGRAMA COMPARACIÓN DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	133
GRÁFICO 39: HISTOGRAMA COMPARACIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (CPPC) .....	134
GRÁFICO 40: HISTOGRAMA COMPARACIÓN COSTO BENEFICIO .....	134
GRÁFICO 41: HISTOGRAMA COMPARACIÓN DEL VAN EN TRES ESCENARIOS .....	135

## INTRODUCCIÓN

Usando los conocimientos obtenidos a lo largo de nuestra carrera universitaria,, hemos decidido llevar a cabo un proyecto de factibilidad para la puesta en marcha de un restaurante destinado al turismo, ya que el mismo además de ofrecer gastronomía típica ecuatoriana, brindará a quienes visitan el lugar país un ambiente, decoración y motivos típicos de las cuatro regiones de nuestro país, dando a conocer mucho más de nuestra cultura y costumbres, mientras degustan los deliciosos platos de cada una de nuestras regiones.

Actualmente no existen este tipo de restaurantes en el país, ciertos restaurantes ofrecen distintos platos típicos de la región, más no un variado menú compuesto por los platos más destacados de cada región, no existe un restaurante que además de ofrecer la gastronomía del lugar resalte la cultura y costumbres de su gente..

El restaurante está dirigido a la clase media típica a alta de la ciudad de Guayaquil, así como a turistas nacionales e internacionales que visitan la ciudad, esto, debido a los altos costos operativos que representa este tipo de restaurante. Hoy en día, el sector de la gastronomía es atractivo por su rentabilidad, este factor sumado al hecho de no tener competidores directos aumenta las probabilidades de éxito del proyecto.

# **CAPITULO I**

## **1.1. Planteamiento del Problema**

Ecuador se caracteriza por ser un país multiétnico y multicultural con cualidades propias que distinguen a una cultura de otra, entre ellas se destaca la gastronomía. Si bien es cierto existe una variedad de deliciosos platillos que son propios de cada región, preparados especialmente con alimentos que provienen de las mismas, estos platillos se diferencian entre regiones ya sea en su elaboración, gusto, complejidad y apariencia. Núñez (2010) Director de la Sección de Historia y Geografía de la Casa de la Cultura Ecuatoriana sostiene que nuestro País se caracteriza por su extensa y variada gastronomía, que es el resultado de tradiciones e ingredientes de diferentes culturas dentro de una misma Nación. De igual manera Pergament(2014) en un artículo de la revista The New York Times impulsó a turistas de todo el mundo a realizar una parada en Ecuador ya que ha sido considerado como uno de los países con atractivos turísticos más importantes del mundo y el primero en América Latina.

Guayaquil aparte de ser la ciudad más grande del Ecuador, es uno de los puertos más importantes que existe en Latinoamérica y una de las ciudades más visitadas por turistas nacionales y extranjeros debido a la variedad de lugares culturales y de entretenimiento, su acogedor clima, la amabilidad de su gente y por supuesto su gastronomía. En Guayaquil existe una gran variedad de restaurantes que ofrecen tanto comida nacional como internacional. Sin embargo no existe un lugar en donde se ofrezca los platos más destacados de cada una de las regiones del Ecuador, complementándolo con un ambiente propio de cada una de ellas: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos, permitiéndole al cliente transportarse a la región que desee no solamente con la degustación de los platillos sino también con la visualización del ambiente.

Por otro lado podemos observar que en los restaurantes del sector existe una carencia de información acerca de la historia y costumbres tanto de la ciudad de Guayaquil como del país en general, aspecto que nosotros hemos considerado incluir en nuestro servicio.

Por último existe la necesidad de impulsar el turismo, destacando la diversidad étnica y cultural de nuestro país, factor que es nuestro principal atractivo, por lo cual un restaurant que ofrezca además de la deliciosa gastronomía de todo nuestro país en un solo lugar, la posibilidad de conocer la cultura, historia, costumbres y tradiciones de cada rincón de nuestra patria, lo cual sería un gran atractivo para el turismo.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Sería factible la implementación de un restaurante turístico ambientado en las regiones del Ecuador en la ciudad de Guayaquil?

## **1.3 Objetivo general**

Implementar un restaurante con gastronomía propia del Ecuador y ser reconocido en Guayaquil y todo el país, por ser un lugar que atrae y fomenta el turismo en el mismo, mediante un ambiente acogedor y atención de calidad.

## **1.4 Objetivos Específicos**

1. Determinar la demanda potencial a satisfacer en el área de influencia del proyecto.
2. Identificar nuestro mercado meta.
3. Identificar los sitios de mayor concurrencia de turistas nacionales y extranjeros, así como los lugares a los que generalmente los guayaquileños acuden en busca de un restaurante.
4. Realizar un diagnóstico del número de restaurantes que ofrecen un servicio similar en el país.
5. Establecer las estrategias adecuadas para la introducción exitosa de nuestra empresa al mercado.
6. Determinar los factores que consideran los clientes al momento de elegir un restaurante.

## **1.5 Justificación**

En vista de que existe la necesidad de impulsar el turismo, destacando la diversidad étnica y cultural de nuestro país, esta investigación busca satisfacer esta necesidad con el fin de ofrecer además de nuestra deliciosa gastronomía en un solo lugar, el enriquecimiento cultural del turista nacional y extranjero.

Se busca convertir al Ecuador en una potencia turística visitada por turistas de todas partes del mundo, los ecuatorianos disfrutan de salidas en familia o en grupos de amigos los fines de semana y una de las principales actividades que realizan son la visita a un buen restaurante, por lo cual cumplimos con el deseo de brindar a ecuatorianos y extranjeros un sitio que a más de permitirles degustar lo mejor de nuestro país, también les permita compartir un momento

ameno en un sitio agradable y acogedor, ambientado en cada una de las regiones del Ecuador, destacando su cultura y tradiciones.

Además se busca que el turismo siga incrementándose en nuestro país, contribuyendo con la actual campaña realizada por el Gobierno “ALL YOU NEED IS ECUADOR” dando a conocer la cultura gastronómica. Se busca promocionar la cultura ecuatoriana, su gente, con un restaurant 100% ecuatoriano y de calidad. En un artículo (Ecuador se proyecta como destino turístico, 2014) se expresa que las actividades que se han venido llevando a cabo por el Ministerio de Turismo con el fin de dar a conocer el Ecuador y promoverlo como un destino turístico están dando fruto, muestra de ello es el crecimiento del turismo y los diversos reconocimientos internacionales como por ejemplo el denominado ‘World’sLeading Green Destination 2013

## **1.6 Metodología**

Los métodos que se van a utilizar en el proceso de elaboración del proyecto nos ayudarán a tener una mejor percepción del mismo y cumplir con los objetivos establecidos. Estos se van a basar en entrevistas a personas expertas en el tema que manejen algún tipo de negocio similar al nuestro. De la misma manera se van a realizar encuestas a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la Ciudad para conocer sus gustos y preferencias en cuanto a comida, precio y ambiente se refiere.

Los datos secundarios se basan en la obtención de información estadística acerca del turismo en la ciudad de Guayaquil, los sectores más visitados de la ciudad, la cantidad de restaurantes que existen en el sector. Todos estos datos los obtendremos del INEC, Ministerio de Turismo, entre otras.



## **CAPITULO II**

### **2.1 Marco teórico**

#### **2.1.2 Antecedentes Generales**

##### **2.1.2.1 Turismo en Ecuador**

En un artículo de Diario El Universo Correa (2014) afirmó que en el primer trimestre de este año ha existido un incremento del turismo internacional de un 20% en el Ecuador. De la misma manera Marangoni (2014) Coordinadora de la Zonal 5 del Ministerio de Turismo manifiesta que este año se generaría un incremento de alrededor de 200.000 turistas extranjeros en el País. El crecimiento del turismo en Ecuador se ha hecho evidente sobre todo en las grandes ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca. Millones de turistas se muestran encantados con las maravillas de nuestro país en cuanto a su cultura, tradiciones, clima, monumentos, música y gastronomía.

El propósito de este proyecto es unir todos estos atractivos turísticos y brindarlos en un solo lugar en donde puedan disfrutar de la belleza de cada una de las 4 regiones del Ecuador, resaltando sobre todo la deliciosa gastronomía de nuestro país.

Además de mostrar una buena imagen a los turistas nacionales como internacionales, este proyecto también será beneficioso para la economía del país, ya que generará fuentes de empleo para los habitantes del lugar y sectores aledaños.

A continuación vamos a presentar datos estadísticos sobre el nivel de importancia que ocupa el turismo en la economía del Ecuador y el número de turistas que han visitado el país en los últimos años.

### 2.1.2.2 Importancia del turismo en la Economía

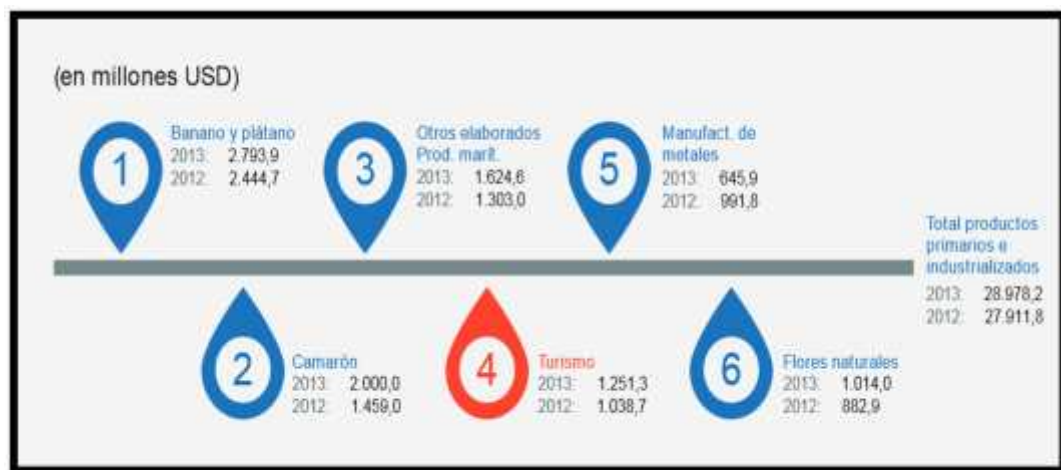


Gráfico 1 Posición del turismo en la economía

Fuente: Ministerio de Turismo  
Recuperado de: [http://www.optur.org/estadisticas/Mayo\\_Boletin-2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf)  
Fecha acceso: 01/08/2014

En el gráfico 1, se puede apreciar que el turismo se encuentra en cuarto lugar en la economía del país, puesto que alcanzó debido a los 1.038,7 millones de dólares que el país recibió en el año 2012 y los 1.251,3 millones registrados en el 2013 lo que representa un aumento del 12%, a este sector lo superan el banano y plátano, camarón y otros elaborados productos marítimos según el registro del ingreso de divisas por exportación de productos principales del país.



Gráfico 2: Entrada de extranjeros al Ecuador

Fuente: Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador  
 Recuperado de: <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>  
 Fecha acceso: 18/06/2014

En el gráfico 2, se puede observar que ha existido un crecimiento sostenido a partir del mes de mayo del 2013, generándose un pico en el mes de julio con la entrada de 140.000 extranjeros al Ecuador. Sin embargo podemos apreciar que existe un incremento con mayor presencia a partir del mes de septiembre a diciembre del 2013, en donde llegaron al país un total de 136.799 extranjeros solo en el mes de Diciembre. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en DICIEMBRE del 2012 ingresaron un total de 122.790 visitantes, lo que representa un crecimiento de turistas del 11.14%

**Tabla 1 Entrada de extranjeros al Ecuador 2013-2014**

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % 14 / 13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
<b>Subtotal</b>	<b>339.025</b>	<b>366.971</b>	<b>416.212</b>	<b>533.863</b>	<b>620.958</b>	<b>16,3</b>
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	-	-
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	-	-
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	-	-
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	-	-
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	-	-
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	-	-
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	-	-
<b>Total</b>	<b>1'47.098</b>	<b>1'41.037</b>	<b>1'271.901</b>	<b>1'364.057</b>	-	-

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC Información provisional 2013 y 2014, Dirección Nacional de Migración

Recuperado de: [http://www.optur.org/estadisticas/Mayo\\_Boletin-2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf)

Fecha acceso: 18/06/2014

En la tabla 1 se puede apreciar que en el mes Mayo de 2014 entraron un total de 111.177 extranjeros al Ecuador, este crecimiento sostenido representa el 13% de incremento con respecto a las llegadas registradas en mayo de 2013 que fueron 98.414 visitantes. De igual manera en el período enero-mayo de 2014 se alcanza el 16% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior. También podemos observar que el total de visitantes extranjeros que llegaron al Ecuador en el 2013 fue de 1'364.057 lo que representa un incremento del 11% en comparación con 1'271.901 extranjeros que llegaron al país en el 2012.

### 2.1.2.3 Principales mercados turísticos que visitan el Ecuador

Tabla 2 Principales mercados turísticos al Ecuador



**MINISTERIO DE TURISMO**  
Llegadas de extranjeros según país de nacionalidad  
Enero - mayo 2014

RK	PAIS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	ACUM. ENE-MAY	% PART.
1	COLOMBIA	34.467	26.770	22.799	34.721	23.233	151.995	26,09
2	ESTADOS UNIDOS	19.262	19.982	21.777	17.855	20.947	99.823	16,08
3	PERÚ	15.570	19.154	11.907	11.697	11.694	70.022	11,28
4	VENEZUELA	6.464	7.033	6.893	6.657	6.642	33.689	5,43
5	ARGENTINA	11.189	6.365	5.865	3.880	4.045	31.046	5,00
6	ESPAÑA	5.402	5.158	4.925	4.629	4.693	24.808	4,00
7	CHILE	4.964	7.076	3.925	2.816	3.224	22.005	3,54
8	CANADÁ	3.586	3.219	3.377	3.215	2.839	16.236	2,61
9	ALEMANIA	2.291	3.457	3.503	2.464	1.962	13.674	2,20
10	GRAN BRETAÑA	2.155	1.828	2.164	2.460	2.403	11.010	1,77
11	CUBA	2.008	1.636	1.630	2.832	2.942	10.948	1,76
12	MÉXICO	2.089	1.932	2.369	2.268	2.282	10.940	1,76
13	BRASIL	2.156	1.656	1.765	1.679	1.963	9.220	1,48
14	FRANCIA	1.642	1.531	1.690	1.619	1.657	8.139	1,31
15	FILIPINAS	1.122	949	1.310	1.776	2.222	7.379	1,19
16	HAITI	1.542	1.478	1.732	1.268	1.299	7.319	1,18
17	CHINA POPULAR (PEKIN)	986	1.348	1.633	1.445	1.455	6.867	1,11
18	HOLANDA	1.234	1.111	1.183	1.202	1.233	5.963	0,96
19	ITALIA	1.404	1.178	1.165	1.099	993	5.839	0,94
20	AUSTRALIA	1.105	743	1.065	1.183	1.297	5.394	0,87
21	PANAMÁ	981	917	994	927	1.041	4.860	0,78
22	SUIZA	818	839	914	865	785	4.222	0,68
23	COSTA RICA	736	653	645	674	607	3.315	0,53
24	INDIA	464	401	515	651	670	2.701	0,43
25	JAPÓN	511	486	553	449	429	2.433	0,39
26	BOLIVIA	541	397	435	464	462	2.299	0,37
27	BÉLGICA	429	388	441	483	364	2.105	0,34
28	ISRAEL	240	250	313	474	810	2.087	0,34
29	URUGUAY	396	355	322	359	321	1.753	0,28

RK	PAIS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	ACUM. ENE-MAY	% PART.
30	UCRANIA	240	238	369	404	460	1.711	0,28
31	REP. DOMINICANA	293	360	349	362	322	1.686	0,27
32	SUECIA	463	428	343	227	193	1.654	0,27
33	EL SALVADOR	177	193	276	348	407	1.401	0,23
34	POLONIA	311	272	223	261	262	1.329	0,21
35	DINAMARCA	355	316	267	207	145	1.290	0,21
36	AUSTRIA	245	377	262	166	191	1.241	0,20
37	GUATEMALA	202	192	229	290	304	1.217	0,20
38	SENEGAL	277	263	112	198	165	1.215	0,20
39	IRLANDA	293	179	229	205	281	1.187	0,19
40	NORUEGA	217	186	225	185	84	897	0,14
41	PORTUGAL	216	176	168	169	164	893	0,14
42	NUEVA ZELANDIA	145	105	128	201	263	842	0,14
43	HONDURAS	102	92	145	136	138	613	0,10
44	FINLANDIA	148	165	72	139	86	610	0,10
45	PARAGUAY	141	114	119	90	135	599	0,10
46	INDONESIA	345	67	20	36	92	560	0,09
47	RUMANIA	119	72	83	130	144	548	0,09
48	CHECOSLOVAQUIA	135	98	138	50	53	474	0,08
49	NICARAGUA	93	68	108	74	128	471	0,08
50	TURQUÍA	64	93	122	92	99	470	0,08
51	TAIWAN-CHINA	52	77	132	86	84	431	0,07
52	GRECIA	67	100	85	98	74	424	0,07
53	AFRICA SUE OCCIDENTAL	62	50	56	100	113	381	0,06
54	SUDÁFRICA	62	50	56	100	113	381	0,06
55	CROACIA	81	61	36	83	84	345	0,06
56	MYANMAR	31	56	24	95	54	260	0,04
57	BULGARIA	43	46	64	39	36	228	0,04
58	LITUANIA	35	65	48	35	40	223	0,04
59	BIELORUS	34	67	40	32	34	207	0,03
60	SINGAPUR	42	20	26	40	57	185	0,03
61	HUNGRÍA	55	33	28	37	18	171	0,03
62	MALASIA	19	23	39	33	50	164	0,03
63	HONG KONG	35	25	28	34	26	148	0,02
64	YUGOSLAVIA	32	24	28	29	24	137	0,02
65	TAILANDIA	29	35	18	34	17	133	0,02
<b>TOTAL</b>		<b>152.576</b>	<b>124.584</b>	<b>114.007</b>	<b>118.614</b>	<b>111.177</b>	<b>620.958</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Información provisional 2014. Dirección Nacional de Migración  
Recuperado de: [http://www.optur.org/estadisticas/Mayo\\_Boletin-2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf)  
Fecha acceso; 01/08/2014

En la tabla 2, se puede apreciar los principales mercados con el mayor número de llegadas de turistas al país durante el período enero–mayo de 2014, entre estos los que encabezan la lista son: Colombia con 161.965 visitantes lo que

representa un 26.09% de un total de 620.958 turistas extranjeros, Estados Unidos con 99.823 turistas que abarcan el 16.08 % y por último Perú con 70.022 visitantes que conforma el 11.28%. Cabe recalcar que existen otros países de donde proviene una gran afluencia de extranjeros que vienen a Ecuador como son China, Japón, Cuba, entre otros. Sin embargo tal como se puede apreciar en la tabla, estos mercados aparecen con un porcentaje poco significativo, esto se debe a que en ciertos casos muchas de las llegadas de visitantes provenientes de estos países no se encuentran registradas en las jefaturas de migración.

#### 2.1.2.4 Concentración de turistas extranjeros

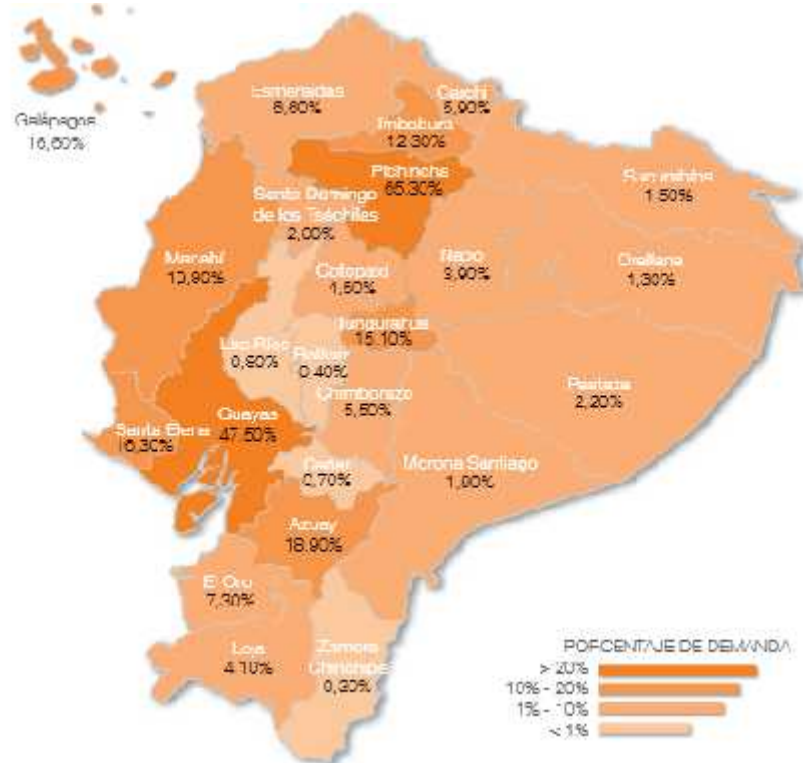


Gráfico 3 Concentración de la demanda extranjera

Fuente: Ministerio de Turismo  
 Recuperado de: <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2013/12/Info-Estadistica.pdf>  
 Fecha de acceso: 01/08/2014

Tal como lo muestra el gráfico 3, las ciudades más visitadas durante el año 2011 fueron Pichincha con un 66% de un total de 1'141.978 visitantes en ese año Guayas (47%), Azuay (19%), Galápagos (17%) y Tungurahua (15%).

### 2.1.2.5 Concentración de turistas nacionales

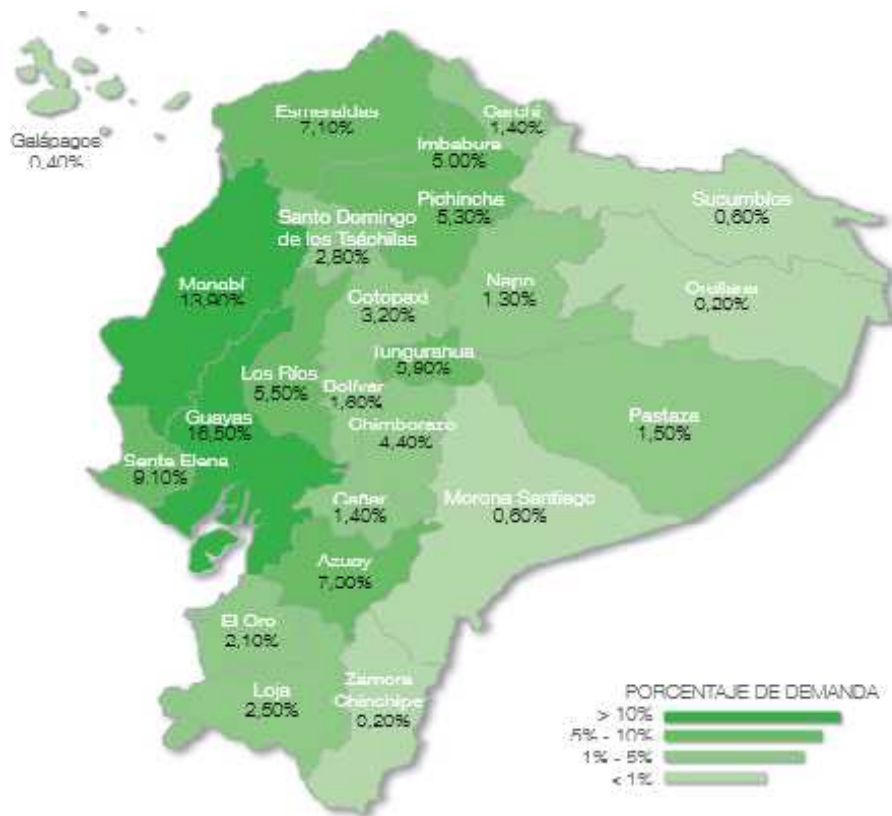


Gráfico 4: Concentración de la demanda nacional

Fuente: Ministerio de Turismo

Recuperado de: <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2013/12/Info-Estadistica.pdf>

Fecha de acceso: 01/08/2014

En una publicación del barómetro turístico del Ecuador realizado por el Ministerio de Turismo, el Ab. Medina, R (2010) señala que en el 2010 se realizó



un aproximado de 11'000.000 de viajes por parte de los residentes en el área urbana del país.

En el gráfico 4, se puede observar que entre las provincias que los turistas nacionales prefirieron visitar durante el año 2011 fueron Guayas con un 16.5 % de un total de 11'220.000 visitantes, Manabí (13,9%), Azuay (7,3%), Esmeraldas (7,10%) y Santa Elene (9,10%). Comparando las dos figuras podemos darnos cuenta de que existe una diferencia en la provincia que los turistas prefieren visitar, ya que en el caso de los turistas extranjeros existe mayor inclinación por la provincia de Pichincha, mientras que la mayoría de los turistas nacionales prefieren visitar la Provincia del Guayas.

### **2.1.2.6 Guayaquil**

La Perla del Pacífico, Guayaquil, es una de las ciudades más importantes de nuestro país, la cual cada año acoge un gran número de turistas tanto nacionales como extranjeros gracias a su constante crecimiento, diversidad cultural, y un sin número de actividades y lugares para visitar. Según un artículo del diario El Universo (Guayaquil pelea primer lugar,2014) la última encuesta realizada por el INEC concluyó que Quito es una de las ciudades más visitadas por los turistas extranjeros seguido por Guayaquil y Salinas. Sin embargo, Louis Hanna, Presidente de la Cámara de Turismo del Guayas piensa que Guayaquil es la ciudad más visitada ya que muchos turistas regresan a la ciudad varias veces al año.

Existen muchos extranjeros que se han quedado impresionados y enamorados de la cultura, los paisajes, eventos, etc. de los que han sido testigos en la ciudad de Guayaquil, como es el caso de los estadounidenses Eric Northard y

su esposa, Nancy Northard, quienes visitaron la ciudad junto con otros compañeros por cuarta ocasión quedando impresionados por la misma y considerándola como una ciudad muy viva.

De acuerdo con un artículo publicado en el diario El Universo (Guayaquil seduce cada vez más, 2013) el INEC confirmó que en el 2011, entraron 1'141.037 extranjeros al Ecuador, de los cuáles el 26,42% (unos 270 mil) visitaron la ciudad de Guayaquil. Según García (2013) guía turístico de Guayaquil la ciudad tiene muchos atractivos turísticos que encantan a los visitantes, entre los preferidos están: el Malecón del Salado, Las Peñas y el Palacio de Cristal. Entre los turistas más frecuentes figuran los provenientes de Colombia, EE.UU. Alemania, Argentina y Canadá.

Según un artículo publicado en el diario EL Universo (2014) señala a El Malecón Simón Bolívar como uno de los sitios más visitados por turistas nacionales y extranjeros. A lo largo del recorrido dentro del Malecón podremos observar una infinidad de atractivos como museos, centros comerciales, restaurantes, monumentos, miradores, entre otros.

#### **2.1.2.6.1 Las siete maravillas de Guayaquil**

En el blog Guayaquil turismo e información Garzozzi (2012) menciona que las 7 Maravillas de Guayaquil escogidas por sus habitantes fueron:

1. Malecón Simón Bolívar, (11.338 votos)
2. Barrio Las Peñas (6.810)
3. Hemiciclo de la Rotonda (3.075)
4. Malecón del Salado (2.756)
5. Catedral Metropolitana (2.698)

6. Palacio Municipal (2.356)

7. Torre Del Reloj (2.101)

Sin embargo cabe destacar que Guayaquil cuenta con otros atractivos turísticos que no se encuentran mencionados en esta lista pero que son muy visitados por extranjeros y turistas nacionales tales como:

**Isla Santay:** Se encuentra a 800 metros de distancia de la ciudad de Guayaquil. Esta isla ecuatoriana forma parte del Sistema Nacional de Áreas protegidas como Área Nacional de recreación, se caracteriza por su variedad de flora tales como: el mangle negro, el guasmo, el samán, la palma real, entre otros. Así como por su fauna, donde se destacan especies mamíferas como el mapache, el ocelote, oso hormiguero, murciélago. También se puede encontrar reptiles como la iguana y especies acuáticas como el bagre, corvina y la tilapia. Es importante destacar que el martes 3 de junio de 2014, se realizó la inauguración por parte del Presidente de la República de un puente basculante que une a Guayaquil con la isla Santay.



Gráfico 5: Santay una buena opción para el ecoturismo

Fuente: Ecuador por descubrir  
Recuperado de: <http://ecuador.pordescubrir.com/isla-santay-buena-opcion-ecoturismo.html>  
Fecha de acceso: 03/07/2014

**Zoológico El Pantanal:** Está ubicado en el Km 23 vía a Daule, este proyecto abrió sus puertas al público el 25 de Julio de 2002 con el objetivo de brindar a los visitantes un lugar turístico ecológico y educativo en donde se puede apreciar gran parte de la flora y fauna originaria del Ecuador. Entre las especies que podemos encontrar están:

Mamíferos: machín negro, machín blanco, mono payaso, puma, suricatas, camellos, etc.

Aves: águila harpía, piquero de patas azules, buitres real, guacamayo arcoíris, pavo real, tucán goliblanco, lechuza, entre otros.

Reptiles: caimán de anteojos, tortuga charapa, cocodrilo, anaconda, etc.

Peces: ángel amazónico, anguila eléctrica, arapaima, arawana, chame, etc.



Gráfico 6: Zoológico el pantanal

Fuente: Viaje a Ecuador

Recuperado de: <http://viajaecuador.es/zoologico-el-pantanal/>

Fecha de acceso: 03/07/2014

**Parque Samanes:** Este parque de 851 hectáreas es considerado como un área Nacional de Recreación y surge del Proyecto “Generación y Restauración de Áreas Verdes para la ciudad de Guayaquil” encierra al Bosque Protector Cerro Colorado y tiene como objetivo cumplir con la adecuación de más espacios verdes y sano entretenimiento para los habitantes de la ciudad. Entre los servicios que el parque samanes ofrece a la ciudadanía están: canchas deportivas de fútbol, voleibol, baloncesto, tenis y multifuncionales, el estadio

Christian Benítez con capacidad para 8.000 personas, pista atlética, 2 zonas de parqueaderos y el paseo central conocido como La Gran Acera.



Gráfico 7: Parque Samanes

Fuente: Ecuador ama la vida

Recuperado de: <http://www.parquesyespacios.gob.ec/nuestros-parques/>

Fecha de acceso: 02/08/2014

### **2.1.2.6.2 Actividades Económicas en la ciudad de Guayaquil**

En un artículo de periódico (Guayaquil con más establecimientos económicos en el país, 2011) se menciona que el principal motor de la actividad económica de la provincia del Guayas es Guayaquil, con el 74,2% del total de almacenes. La mayoría están dedicados a la elaboración de productos de panadería, fabricación metálica y alimentos. En el último censo económico del INEC se obtuvo que en Guayaquil existen 88913 locales comerciales, que han generado aproximadamente 35.5 millones de dólares en ventas y alrededor de 441.976 empleos, lo que significa que existen alrededor de 5 puestos de trabajo por local comercial. Las actividades que por mayor número de establecimientos económicos se desarrollan en la ciudad son las relacionadas a la elaboración de productos de panadería con 1788 locales, seguidas de las actividades de fabricación de productos metálicos, venta de alimentos y bebidas. En lo relacionado al sector industrial, el primer puesto lo ocupan los elaborados de metal con \$3.669 millones, seguido por la industria de cacao, chocolate y confitería.

Sin embargo, Guayaquil se destaca por ser una potencia industrial, ya que es sede de prestigiosas empresas reconocidas nacional e internacionalmente cuyos volúmenes de ventas se encuentran en constante crecimiento cada año y representan un factor esencial para el desarrollo de la economía guayaquileña.

Tabla 3: Empresas con mayor utilidad sobre venta

RAZON SOCIAL	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES 2010 (Millones de USD)*	UTILIDAD NETA 2010 (Millones de USD)*	UTILIDAD NETA/VENTAS	PROVINCIA
HOLCIM ECUADOR S.A.	358,28	104,91	29,28%	GUAYAS
CONSORCIO ECUATORIANO DE TELECOMUNICACIONES S.A. CONECEL	1.247,89	272,66	21,85%	GUAYAS
COLGATE PALMOLIVE DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAL Y COMERCIAL	132,71	18,66	14,06%	GUAYAS
SOCIEDAD AGRICOLA E INDUSTRIAL SAN CARLOS SA	112,57	15,03	13,35%	GUAYAS
UNILEVER ANDINA ECUADOR S.A.	222,08	23,28	10,48%	GUAYAS
INTERNATIONAL WATER SERVICES ( GUAYAQUIL ) INTERAGUA C. LTDA.	101,61	10,28	10,11%	GUAYAS
KIMBERLY - CLARK ECUADOR S.A.	116,62	11,73	10,06%	GUAYAS
CONTECON GUAYAQUIL S.A.	101,23	9,70	9,58%	GUAYAS

RAZON SOCIAL	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES 2010 (Millones de USD)*	UTILIDAD NETA 2010 (Millones de USD)*	UTILIDAD NETA/AVENTAS	PROVINCIA
IPAC S.A	152,23	12,13	7,97%	GUAYAS
ALMACENES DE PRATI SA	136,04	9,78	7,19%	GUAYAS
ACERIAS NACIONALES DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA (A.N.D.E.C)	175,13	11,20	6,40%	GUAYAS
CONSTRUMERCADO S.A.	411,09	24,70	6,01%	GUAYAS
TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS TIA S.A.	312,64	18,00	5,76%	GUAYAS
MAQUINARIAS Y VEHICULOS S.A. MAVESA	133,43	7,34	5,50%	GUAYAS

Fuente: Ekos Negocio

Recuperado de: <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/22>.

Fecha de acceso: 02/08/2014

### 2.1.2.7 Gastronomía Ecuatoriana

La gastronomía de Ecuador se caracteriza por su sabor y variedad ya que constituye una combinación de ingredientes de gran calidad provenientes de diferentes regiones del país, con los que preparan sus más exquisitos y elaborados platos. Los pescados y mariscos, las carnes rojas y blancas, papas, maíz, frutas y verduras, constituyen parte fundamental en la preparación de los mismos. Además de distinguirse por su diversidad en platos fuertes, también se destaca en lo que concierne a los dulces típicos de Ecuador como son: la chucula, torta de maduro, arroz con leche, además de las frutas tropicales como la banana, papaya, piña, frutillas, entre otros. con los que se elaboran ricos postres, helados, bebidas, etc. Toda esta diversidad cultural expresada en la elaboración de platillos han impulsado la gastronomía ecuatoriana incluso a

panoramas internacionales, muestra de ello son los tres importantes premios que recibió el Ecuador en el prestigioso concurso “Gourmand World Cook book Awards” que se realizó en Beijing China. León (2014) reconocido chef del país destacó que la cocina ecuatoriana ha sido galardonada a lo largo del tiempo en diferentes ciudades internacionales tales como París con productos como el chocolate, aceite de aguacate y agua mineral. Por otro lado en la ciudad de Nueva York se ha declarado el 17 de octubre de 2013 como día de la Gastronomía Ecuatoriana gracias a la presentación por parte del Chef Carlos Gallardo de dos platos típicos de nuestro país durante la conmemoración de octubre como el ‘Mes del Patrimonio Hispánico’ en un evento organizado por el grupo mediático The New York Times.

Horitzo Grup (2012) da a conocer, en base a un estudio realizado a personas de las distintas provincias del país, los platos más reconocidos y consumidos de cada una de ellas. A continuación se realizará una breve descripción de la exquisita y variada gastronomía de algunas provincias del Ecuador.

- Azuay: Entre los platos más destacados figuran las papas con cuero, mote pillo, mote sucio, cecina de carne de cerdo y res.
- Bolívar: Entre sus platos más representativos se destacan: el cauca de gallina, fritada de llama, sancocho de campeche, los buñuelos y dulce de zambo.
- Cañar: Entre sus platos tradicionales podemos encontrar las “cascaritas”, el mote, el ají, el sancocho y el puchaperro.
- Carchi: Se destaca por sus platos, tales como: cuy con papas, hornado, la cuajada y el cumbalazo.



- Chimborazo: Entre sus platos más apetecidos están: El hornado, las papas con cuy, los llapingachos, tortillas de maíz, yaguarlocro, caldo de pata, tamales, morcilla, humas y el ceviche de chochos.
- Cotopaxi: En cuanto a su gastronomía sobresalen las chugchucaras, los Helados de Salcedo, las allullas, el queso de hoja, las empanadas y la chicha de Jora.
- El Oro: Entre sus platos más deliciosos se encuentran: Las conchas asadas, los cangrejos al ajillo, la sopa marinera, el tigrillo, los sudados y el caldo de Bolas.
- Esmeraldas: Se caracteriza por sus mariscos, pescado, plátanos, “encocados”, cebiches de Concha, ostión, camarón o pata burro, el tapao de Pescado, las carnes de monte y caza como la guanta o el saino.
- Galápagos: En su gastronomía se puede degustar desde las exquisitas langostas, el ceviche de canchalagua, el viche o el encebollado hasta los afrodisíacos pepinos de mar.
- Guayas: Entre los platillos más destacados se encuentran: el encebollado de albacora, las hayacas de gallina o los tamales guayaquileños, la guatita, las menestras de frejol, los cebiches, la cangrejada, cazuelas de mariscos, el caldo de mondongo, el seco de chivo, el queso de coco o dulce de Higos y la refrescante resbaladera.
- Imbabura: Entre sus platos más representativos están: Las carnes coloradas, empanadas de morocho, choclos asados con queso, los cuyes de San José de Quichinche, helados de paila, la chicha del yamor y las fritadas de Atuntaqui.

- Manabí: Resalta por el uso del maní y la salpíeta, bollos de pescado, bolones, las hallacas, el viche de cangrejo, el chame frito, suero blanco hasta llegar al caldo de gallina criolla o al especial queso chonense.
- Morona-Santiago: En esta provincia se destaca el ayampaco de pollo, la papa china, Los tamales con palmito, yuca, rolamquimba, cachamo y el excelente café de Gualaquiza.
- Napo: Se caracteriza por sus deliciosos platos tales como: El maito de Tilapia o carachama, de guanta, y de palmito, junto al masato a base de yuca y plátano, el uchamango o la chucula.
- Orellana: Sus platos más conocidos son: El chontacuro o gusano de la palma, maito de pescado, la carne de guanta, y las chichas de yuca o chonta.
- Pichincha: La provincia se destaca por sus exquisitos platos tales como: los locros, el seco de chivo, la fritada, el hornado, la tripa mishki, las papas con cuero y librillo, buñuelos, pristiños o mistelas.
- Santa Elena: La provincia se destaca por sus platos como: La cazuela de mariscos, el corviche, los cebiches, las empanadas de camarón, el sancocho de pescado y los bolones rellenos.
- Santo Domingo de los Tsáchilas: Se destaca por sus platos exóticos como: El mayón o gusano del árbol de chontacrudo o a la parrilla, que es considerado una gran golosina y sagrado, el ayampaco de pescado, el torali, el verde machacado y el chilibibú.

- Tungurahua: Esta provincia tiene platos deliciosos tales como: Los llapingachos con chorizo, la gallina de pinllo, los cuyes de ficoa, el conejo en leche, el pato al lodo, los chinchulines, el mote de la ñata, las empanadas de viento y el “pan de ambato” o el “chocolate”.
- Zamora-Chinchipe: La Provincia se destaca por sus platos exóticos tales como: El manjar de hormigas culonas, el ayampaco, los platos a base de carne de armadillo, yamala, cuy, gallina criolla o el cerdo hornado, la tilapia es uno de los preferidos y las ancas de rana.

### **2.1.2.7.1 Importancia de la gastronomía para promover el turismo**

Según el artículo publicado por la Universidad d Las Fuerzas Armadas (2013), el turismo es una actividad económica muy importante, a través de la cual no solo se obtienen ganancias, sino también el hecho de promover los lugares y las costumbres de un país. Una de las actividades que más atrae a los turistas es la gastronomía, la comida es una de los factores que logra despertar el interés de los visitantes, ya que captura la esencia del lugar donde se prepara. La comida local nos da a conocer las actividades culturales de la zona, la forma en que se produce, cocina y se consume nos da una idea acerca del quehacer de una población determinada. Por ello, la comida típica representa un rasgo de autenticidad, de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos.

En distintas culturas, la comida tiene una imagen definida, donde se manejan patrones definidos respecto a ingredientes y sabores, por lo cual han encontrado una fuente de negocios, como es el caso de México, Italia y China.

Los turistas buscan un lugar acogedor que ofrezca una buena comida, lugares atractivos para visitar y posibilidades de practicar deportes. En este aspecto, la comida juega un papel importante, es un aspecto que no se debe descuidar, ya que da una primera impresión al turista, motivándolos a volver a visitar el lugar. Un turista que se ha llevado una buena impresión de una localidad atrae a otros 10 más, siendo una fórmula que se replica exponencialmente. La gastronomía local hace que no solo esta sino también la localidad sean promocionadas. Por estas razones la cocina ecuatoriana hace posible el despegue del turismo. Por lo cual en varios países incluyendo a Ecuador se realizan ferias gastronómicas que despiertan el interés del turista, varios empresarios han sabido aprovechar esto y han colocado sus restaurantes en lugares donde nunca se hubiera imaginado probar tales delicias. Es así que la comida adquiere fama internacional.

## **CAPÍTULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

### **3.1 Tipo de Investigación**

El tipo de investigación que se va a realizar es de carácter descriptivo ya que nos permitirá conocer de manera real y precisa los datos y las características de la población, en este caso nos van a servir para conocer cuál es la situación del sector en la que nos queremos incursionar. Según la naturaleza de la información para responder el problema se va a realizar dos tipos de investigación: La cualitativa que se basará en entrevistas y preguntas a expertos y la cuantitativa que se basará en encuestas a la población objetivo.

### **3.2 Estudio de mercado**

Con el presente estudio de mercado se pretende conocer si la implementación de un restaurante de comida típica del Ecuador ambientado en sus cuatro regiones dentro de la Ciudad de Guayaquil tendría suficiente acogida por parte de la población Guayaquileña y los turistas que la visitan.

De la misma manera se pretende identificar nuestro mercado meta y crear un perfil de nuestros consumidores, para así poder establecer cuál sería nuestra demanda potencial.

Con esta información seremos capaces de planificar estrategias para posicionar nuestro servicio y llegar a ser los líderes de la industria gastronómica dentro de la Ciudad de Guayaquil.

### **3.3 Clientes potenciales**

Nuestros clientes potenciales encierran a todos los turistas tanto nacionales como extranjeros, a las familias que degusten de la variedad de comida y a todas las personas de 18 años en adelante de ambos géneros pertenecientes a un estrato socio-económico medio típico a alto.

### **3.4 Análisis de la competencia**

Con el objetivo de poder determinar quiénes serían nuestros principales competidores, es necesario analizar cuáles son los servicios propios y adicionales que ofrecen los establecimientos dedicados a nuestra misma actividad económica.

En Guayaquil existen muchos lugares de entretenimiento visitados por turistas nacionales y extranjeros como: bares, restaurantes, discotecas, museos, iglesias, parques etc. Una de las ventajas que tenemos es que debido a la gran concurrencia de turistas que visitan estos lugares históricos existe mayor probabilidad de tener un número atractivo de clientes todos los días.

Cabe recalcar que los precios y el número de turistas que acuden a un restaurante varían conforme el sector donde se encuentren ubicados, la clase de servicio que se brinde al cliente, la calidad de la comida, el precio y el plus adicional que hace que prefieran un restaurante en lugar de otro.

A continuación vamos a presentar una lista de los establecimientos más visitados por los turistas nacionales y extranjeros que representan la competencia como tal a nuestro Proyecto Restaurante “Me Sabe a Ecuador”.



**Cocolón Entreríos:**

Ave. Principal, vía a Samborondón



**Cocolón Plaza Orellana:**

Ave. Fco. Orellana

**Cocolón Centro:**

Pedro Carbo y 9 de octubre



**Restaurante Mi Tierra**

Km. 1.5 de la vía Samborondón, Centro Comercial Las Terrazas



**Pique & Pase (Barrio Orellana)**

Av. Alejo Lascano 1617-19-21 entre Carchi y Tulcán Barrio Orellana





**Pique & Pase (Aventura Plaza)**

Av. Las Monjas Centro Comercial Aventura Plaza local # 3



**Pique & Pase (Urdesa Central)**

Dátiles y Calle Primera (Esquina)



**Pique & Pase (La Piazza )**

Km 1 Vía Samborondón Centro Comercial Piazza Samborondón local 14



**Pique & Pase (Mall del Sur)**





### **Pique & Pase (Ceibos)**

Centro Comercial Piazza Ceibos local C10-C11



### **Restaurante Lo Nuestro**

Av. Víctor Emilio Estrada #903 e Higueras, Urdesa



### **La Canoa**

Hotel Continental, Chile 512 y 10 de Agosto



### **Puerto Moro Urdesa**

Circunvalación 320 y Diagonal Esq.

**Puerto Moro Samborondón**

C.C. Las Terrazas. Planta Alta Locales: 3-14-15



**Puerto Moro Los Ceibos**

Riocentro Los Ceibos, planta alta al lado del Banco Bolivariano



**Puerto Moro Centro**

Córdova 703 y Junín



### **3.5.1 Factores de decisión al momento de elegir un restaurante**

El restaurante “ME SABE A ECUADOR” brinda a los consumidores una opción diferente de disfrutar las delicias de nuestro Ecuador.

- Comparación con los competidores en relación a la infraestructura y ambiente del Restaurante.
- Rapidez al momento de tomar el pedido y servirlo a los consumidores.
- Eficacia en la atención del cliente y en la solución de problemas que se presenten en el momento.
- Calidez en el ambiente y en el trato de todo el personal del restaurante hacia los consumidores.

### **3.5.2 Población y muestra**

Nuestro restaurante estará dirigido además de turistas internacionales a los residentes de la ciudad de Guayaquil y personas de nuestro país que visitan la ciudad, cuyo estrato económico corresponda desde la clase media típica a alta y sean capaces de satisfacer sus gustos gastronómicos.

A continuación, en la tabla 4, podemos apreciar una proyección de la población ecuatoriana según cantones desde el 2012 hasta el 2020.

Tabla 4: Proyección población ecuatoriana

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN CANTONES										
2010-2020										
Código	Nombre de canton	2011	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
714	LAS LAJAS	5.022	5.021	5.019	5.014	5.007	4.999	4.988	4.977	4.963
801	ESMERALDAS	201.372	205.881	206.238	206.615	210.333	212.952	214.573	216.901	219.727
901	ELOY ALFARO	42.151	42.684	43.176	43.637	44.077	44.497	44.895	45.272	45.629
803	MUISNE	29.933	30.181	30.336	30.532	30.780	31.011	31.226	31.423	31.606
004	QUININDE	130.010	132.965	134.073	135.925	138.326	140.670	142.462	144.128	145.879
805	SANTIAGO-MO	11.731	11.878	11.977	12.131	12.281	12.420	12.556	12.687	12.812
005	ATACAMES	45.211	45.475	47.754	47.031	50.339	51.607	52.809	54.125	55.495
807	RIOFRÍO	28.577	28.874	29.133	29.389	30.157	30.504	31.000	31.104	31.124
003	LA CONCORDIA	46.052	46.925	47.776	48.612	49.435	50.241	51.033	51.810	52.571
900	GUAYAQUIL	2.500.493	2.548.224	2.560.505	2.569.229	2.577.944	2.644.841	2.657.810	2.668.117	2.679.044
902	ALFREDO BACUERIZO MORENO	27.220	27.822	28.426	29.034	29.646	30.252	30.874	31.471	32.110
904	BAJA AZU	22.717	23.718	24.738	24.741	24.738	24.717	24.744	24.827	24.948
904	BAZAR	57.046	57.507	57.953	58.302	58.752	59.136	59.563	59.921	60.280
905	COTACACHI	24.733	24.934	25.157	25.354	25.591	25.817	26.008	26.177	26.184
906	DAULE	132.777	137.171	142.287	147.210	152.276	157.116	162.701	168.144	173.601
907	DURAN	256.834	259.970	271.045	276.295	283.809	292.005	300.488	308.059	315.724
908	ELEMPALME	79.150	80.110	81.021	81.910	82.787	83.638	84.472	85.281	86.073
909	EL TRIUNFO	48.757	50.060	51.330	52.717	54.071	55.439	56.823	58.211	59.596
910	MILAGRO	178.319	181.091	183.948	186.581	189.289	191.970	194.622	197.245	199.835
911	NARANJAL	75.554	77.055	80.139	82.564	84.263	87.400	89.226	92.472	95.252
912	NARANJITO	34.645	35.283	36.071	36.809	37.596	38.334	39.044	40.008	40.867
913	PALESTINA	17.059	17.257	17.440	17.620	17.755	17.985	18.132	18.254	18.451
914	WHITING (CURHO)	46.744	47.131	47.524	47.917	48.320	48.833	49.311	49.761	50.187

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
 Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>  
 Fecha de acceso: 29/07/2014

Basándonos en la proyección de la población Ecuatoriana para el 2014 realizada por el INEC, podemos estimar que la población de Guayaquil para este año es de 2'560.505 habitantes.

La siguiente tabla nos muestra el número de visitantes extranjeros que ingresaron al país por jefatura de migración entre el año 2013 y 2014.

Tabla 5: Extranjeros ingresados al país 2013-2014

Jefatura	enero		febrero		marzo		abril		mayo		enero - mayo	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	48.060	53.670	43.484	52.796	51.318	51.781	43.051	50.495	48.524	52.611	234.437	261.353
Guayas	27.663	30.578	26.403	29.079	26.884	29.427	19.986	25.557	23.871	26.418	124.807	141.059
Carchi	31.802	39.657	13.041	16.816	19.796	14.080	11.335	23.355	13.108	13.271	89.082	107.179
El Oro	18.359	19.840	17.836	20.433	11.736	12.117	9.933	11.985	10.119	12.228	67.983	76.603
Loja	1.208	1.268	1.095	1.356	881	1.054	831	1.155	828	1.206	4.843	6.039
Otras jefaturas	3.751	7.563	1.902	4.104	2.744	5.548	2.350	6.067	1.964	5.443	12.711	28.725
Total	130.843	152.576	103.761	124.584	113.359	114.007	87.486	118.614	98.414	111.177	533.863	620.958

Fuente: Información provisional 2013 y 2014. Dirección Nacional de Migración.

Recuperado de: [http://www.optur.org/estadisticas/Mayo\\_Boletin-2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf)

Fecha de acceso: 03/08/2014

En esta figura se puede apreciar que en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre se registra la mayoría de arribos de turistas extranjeros, ya que el 42% de las llegadas internacionales al país son registradas en ese sector, él 23% se dan lugar en el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo, estas jefaturas, tanto de Pichincha como del Guayas corresponden al segmento aéreo, mientras que el 30% de llegadas son por vía terrestre, principalmente por las Jefaturas de Migración de las Provincias de Carchi y El Oro. Por lo que se puede concluir que hasta mayo del 2014 Guayaquil recibió 141.059 visitantes extranjeros, lo que genera un crecimiento del 1.13 en comparación con el año anterior donde existió una llegada total de 124.807 turistas foráneos.

A continuación se muestran los resultados publicados por el INEC acerca de las edades de los habitantes de la provincia del Guayas. El 62.4% de la población se encuentra entre los 18 y 70 años de edad.

Tabla 6: Edades de la población ecuatoriana

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
<b>Total</b>	<b>3.309.034</b>	<b>100,0%</b>	<b>3.645.483</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos  
 Recuperado de: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>  
 Fecha de acceso: 15/07/2014

Según la encuesta de estratificación del nivel Socioeconómico publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D. Por lo cual el porcentaje de la clase media típica a alta corresponde a un 35.9 %.

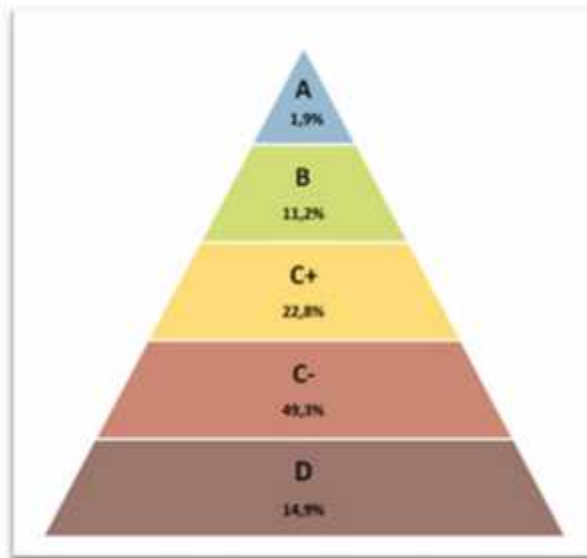


Gráfico 8: Estratificación del nivel socioeconómico

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Recuperado de: [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90)

Fecha de acceso: 10/07/2014

Según el escenario base estipulado en el PMTE (2010-2014), la tasa anual de crecimiento sobre viajes internos es del 2%. Por los descriptivos acumulados de los viajes realizados en el 2010, se afirma que el crecimiento del turismo interno se aproxima a la tasa prevista y que los viajes para ese año fueron en un aproximado de 11'000.000. De igual manera según el ministerio de Turismo (2011) Las ciudades preferidas para visitar por los turistas nacionales durante el año 2011 fueron Guayaquil con un 8,1% del total de visitantes, Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,5%), Salinas (3,4%) y Atacames (3,4%).

A continuación se procederá a realizar el cálculo de la demanda estimada de turistas nacionales, internacionales y residentes de la ciudad para el año 2014, es importante mencionar que para el cálculo se han realizado proyecciones para el presente año de la llegada de turistas y habitantes de la ciudad con

información obtenida del Ministerio de Turismo, INEC, Barómetro turístico del Ecuador, entre otros.

Tabla 7: Proyección de la población de Guayaquil 2011-2020

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
2.471.180	2.501.423	2.531.223	<b>2.560.505</b>	2.589.229	2.617.349	2.644.891	2.671.801	2.698.077	2.723.665

**Crecimiento: 1.25%**

Elaborado por: Las autoras

Tabla 8: Proyección de la llegada de extranjeros al país 2014-2020

2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>1.514.103</b>	1.680.655	1.865.527	2.070.735	2.298.515	2.551.352	2.832.001

**Crecimiento: 11%**

Elaborado por: Las autoras

Tabla 9: Proyección del turismo interno en el país 2011-2020

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
11.220.000	11.444.400	11.673.288	<b>11.906.754</b>	12.144.889	12.387.787	12.635.542	12.888.253	13.146.018	13.408.939

**Crecimiento: 2%**

Elaborado por: Las autoras



### 3.5.3 Demanda Estimada

Tabla 10: Cálculo de la demanda estimada

Población Guayaquil 2014	2.560.505,00
Población clase media típica a alta (35,90%)	919.221
Personas de 18 años en adelante (65,87%)	605.491
<b>Total demanda mercado Local 2014</b>	<b>605.491</b>

Total de turistas extranjeros que visitaron Ecuador hasta Dic 2013	1.364.057
% de incremento de turistas extranjeros entre el 2012-2013	11%
Proyección de entrada de extranjeros al país a Diciembre 2014	1.514.103
% de concentración de turistas extranjeros en Guayaquil para el 2013	23%
<b>Proyección de entrada de turistas extranjeros a Guayaquil para el 2014</b>	<b>348.244</b>

Demanda turismo interno en el país 2010	11.000.000,00
% de crecimiento del turismo interno (2010-2014)	2%
Proyección de demanda turismo interno en el país 2014	11.906.754
% de turistas nacionales que visitan Guayaquil	8,10%
<b>Proyección de demanda de turismo interno en Guayaquil para el 2014</b>	<b>964.447</b>

<b>TOTAL DEMANDA ESTIMADA</b>	<b>1.918.182</b>
-------------------------------	------------------

Elaborada por: Las autoras

De acuerdo a la tabla 2.3 nuestra demanda estimada compuesta por turistas nacionales, extranjeros y residentes de la ciudad es 1'924.928 personas para el año 2014. Sin embargo se va a tomar el 3% de esta población como el mercado objetivo al cual deseamos captar.

Tabla 11: Cálculo Del target

Total demandamercado Local 2014	612.237	3%	18.367,11	
Proyección de entrada de turistas extranjeros a Guayaquil para el 2014	348.244	3%	10.447,31	
Proyección de demanda de turismo interno en Guayaquil para el 2014	964.447	3%	28.933,41	
<b>TOTAL DEMANDA ESTIMADA</b>	<b>1.924.928</b>	<b>3%</b>	<b>57.748</b>	<b>TARGET</b>

Elaborada por: Las autoras

Según la tabla 11, la población objetivo que se pretende que asista a nuestro restaurante en el año 2014 es 57.748 personas entre turistas nacionales, internacionales y residentes de la ciudad.

### 3.5.4 Método de muestreo

El método de muestreo que hemos decidido utilizar para la recolección de datos es el muestreo aleatorio estratificado, ya que se trata de un universo amplio en donde existen distintos estratos dentro del mismo, los cuales han sido establecidos como: turistas nacionales, turistas internacionales y residentes de

la Ciudad. La aplicación de este método nos permitirá mejorar la precisión de las estimaciones con menor esfuerzo de muestreo, caracterizar a cada estrato por separado y facilitar la coordinación del trabajo de campo.

### 3.5.4.1 Muestreo aleatorio estratificado

Para realizar el muestreo se procederá a trabajar con la población objetivo que obtuvimos al extraer el 3% de nuestra demanda estimada.

Población Objetivo: Turistas

$$\frac{n}{N} = \frac{n_1}{N_1} = \frac{n_2}{N_2} = \frac{n_3}{N_3} = \frac{n_k}{N_k}$$

$$N = 100$$

Tabla 12: Cálculo de la muestra por estrato

Estratos	Número de turistas	Fórmula	n
Residentes de la ciudad de Guayaquil	18.367	$(18.367/57.748)*100$	<b>32</b>
Turistasextranjeros	10.447	$(10.447/57.748)*100$	<b>18</b>
Turistasnacionales	28.933	$(28.933/57.748)*100$	<b>50</b>
Total población	57.748		<b>100</b>

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo al método de muestreo que se formuló a continuación, se va a trabajar con una muestra de 100 personas de las cuales: 32 serán residentes locales, 18 serán turistas internacionales y 50 turistas nacionales.

### **3.5.5 Encuestas**

Para la obtención y el análisis de datos se trabajó con el método de encuestas tanto a turistas nacionales como extranjeros y personas de la localidad y el programa SPSS el cual es indispensable para la tabulación de los datos.

**MODELO DE LA ENCUESTA  
UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
Restaurante “ME SABE A ECUADOR”**

**Somos estudiantes de la UCSG y la siguiente encuesta es para determina la factibilidad de implementar un restaurante de comida típica ambientado en las cuatro regiones del Ecuador en la ciudad de Guayaquil. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su gentil colaboración.**

#### **ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES**

**1. ¿Qué edad tiene?**

18-23    24-29    30-35    36-41    42-47    48 en adelante

**2. ¿Con qué frecuencia acude usted a un restaurante?**

Veces por semana

Veces por mes

3. **¿Qué factores considera más importantes al momento de elegir un restaurante?** (1 al 5, siendo uno el más importante y 5 el menos importante)

\_\_\_ Buena comida

\_\_\_ Decoración

\_\_\_ Precio

\_\_\_ Atención

\_\_\_ Ubicación

4. **¿Qué tipo de comida prefiere Ud. Probar al momento de visitar un restaurante?**

\_\_\_ Comida nacional

\_\_\_ Comida extranjera

\_\_\_ Ambas

5. **¿Visitaría usted un restaurante en donde a más de poder degustar de comida ecuatoriana, también podría disfrutar de un ambiente propio de cada región que le brinde la sensación de estar en determinado sector del Ecuador (Costa-Sierra-Amazonía-Insular)?**

\_\_\_ Sí

\_\_\_ No

6. **¿Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante?**

Cena

Menos de \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ más de \$30 \_\_\_

Almuerzos

Menos de \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ más de \$30 \_\_\_

Dulces-piqueos

Menos de \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ más de \$30 \_\_\_

7. **¿Con que tipo de espectáculos le gustaría acompañar su comida?**

Almuerzo

\_\_\_ Shows de Baile

\_\_\_ bandas musicales

\_\_\_ Videos culturales

\_\_\_ Ninguno

Cena

Shows de Baile       bandas musicales       Videos culturales  
 Ninguno

**8. ¿A qué lugares acude usualmente en busca de un restaurante?**

Centros comerciales       Hoteles       Sitios turísticos  
 Restaurantes conocidos

**9. ¿Cuánto tiempo considera aceptable esperar por:**

Dulces o piqueos:

5 min o menos       5-10 min       15-20 min       Más de 20 min

Almuerzo:

5 min o menos       5-10 min       15-20 min       Más de 20 min

Cena:

5 min o menos       5-10 min       15-20 min       Más de 20 min

**10. ¿En qué situación acude a un restaurante?**

Salidas de amigos       Reuniones de negocios  
 Salidas en familia       Conocer el lugar

**11. ¿Cuál de los siguientes restaurantes de comida típica considera que es el mejor?**

Cocolón	_____	Vaca en el tejado	_____
Lo Nuestro	_____	Mi Tierra	_____
Pique y Pase	_____		
Otro	_____		

**13 ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado el restaurante?**

\_\_\_ Norte

\_\_\_ Sur

\_\_\_ Centr

**MODELO DE LA ENCUESTA  
UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**Restaurante 100% Ecuatoriano**

Somos estudiantes de la UCSG y la siguiente encuesta es para determinar la factibilidad de implementar un restaurante de comida típica ecuatoriana ambientado en las regiones del Ecuador en la ciudad de Guayaquil. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su gentil colaboración.

**ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS**

**¿De dónde viene Ud?** (Where are you from?)

**1. ¿Ud viajó mediante? You travel with?**

Agencia de viaje (Travel agency)

Particular (by yourself)

**2. ¿Con qué agencia Ud Viajó? (Which agency did you travel with?)**

**3. Edad (Age)**

18-23

24-29

30-35

36-41

42-47

48 later

**4. ¿Le gusta la comida Ecuatoriana? (Do you like Ecuadorian food?)**

Si (yes) \_\_\_\_\_

No (no) \_\_\_\_\_

**5. ¿Qué restaurantes le han recomendado visitar en la ciudad? Which restaurants have you been recommended visiting in Guayaquil?**

Cocolón

Mi Tierra

Lo Nuestro

Vaca en el tejado

Pique y Pase

Otro...

**6. Would you like to visit a 100% Ecuadorian food restaurant where you also may enjoy the environment of each region that gives you the feeling of being in a given sector of Ecuador (Costa-Sierra-Amazon-Insular)?**

Si (yes) \_\_\_\_\_

No (no) \_\_\_\_\_

**7. ¿Con qué frecuencia acude usted a un restaurante? (How many times do you go to a restaurant?)**



\_\_\_\_ Veces por semana (times perweek)

\_\_\_\_ Veces por mes (times permonth)

**8. ¿Qué factores considera más importantes al momento de elegir un restaurante?(Which factors do you consider the most important at the moment of choosing of a restaurant?)**

(1 al 5, siendo uno el más importante y 5 el menos importante) (From 1 to 5, being the number 1 the most important and the number 5 the less important)

\_\_\_\_ Buena comida (Delicious food)

\_\_\_\_ Precio (Price)

\_\_\_\_ Atención (Customer service)

\_\_\_\_ Decoración (Environment)

\_\_\_\_ Ubicación (Location)

**9. ¿Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante?  
¿How much do you spend when visiting a restaurant?**

Dinner

Less than \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ more than \$30 \_\_\_

Lunch

Less than \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ more than \$30 \_\_\_

Sweets-snacks

Less than \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ more than \$30 \_\_\_

**10. ¿Con que tipo de espectáculos le gustaría acompañar su comida?**

**¿What kind of shows would you like to complement you meal with?**

Shows de baile (dance Show)

Bandas musicales (Bands)

Videos culturales (Cultural videos)

Música instrumental (instrumental music)

Ninguno (none)

**11. ¿A qué lugares acude usualmente en busca de un restaurante?**

**Which places do you usually visit looking for a restaurant?**

Centros comerciales (Malls)

Hoteles (Hotels)

Sitios turísticos (Turistic places)

Restaurantes conocidos (Known restaurants)

**12. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado el resaturante? Where would you like the restaurant to be located?**

Norte (North)

Centro (downtown)

Sur (South)

**ENTREVISTA A EXPERTO**

1.- ¿Cómo nació la idea de implementar un restaurante de comida típica del Ecuador?

2.- ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?

3.- ¿En qué factores se basó para escoger la ubicación del negocio?

4.- ¿Con que frecuencia asisten los clientes?

5.- ¿Cree Ud. que lo nuestro siempre será preferido ante lo internacional en cuanto a gastronomía se refiere?

6.- ¿En qué piensa Ud. que se diferencia su restaurante con el de sus competidores?

7.- ¿Qué cree Ud. que haría falta implementar en este tipo de servicio?

8.- ¿Qué considera Ud. que los clientes valoran más al momento de acudir a un restaurante?

9.- ¿A través de que métodos se realiza la publicidad?

10.- ¿Qué otros restaurantes considera que sean reconocidos en la industria?

### 3.5.5.1 Resultados de encuestas a turistas nacionales y residentes locales

**Cuántas veces a la semana acude Ud a un restaurante**

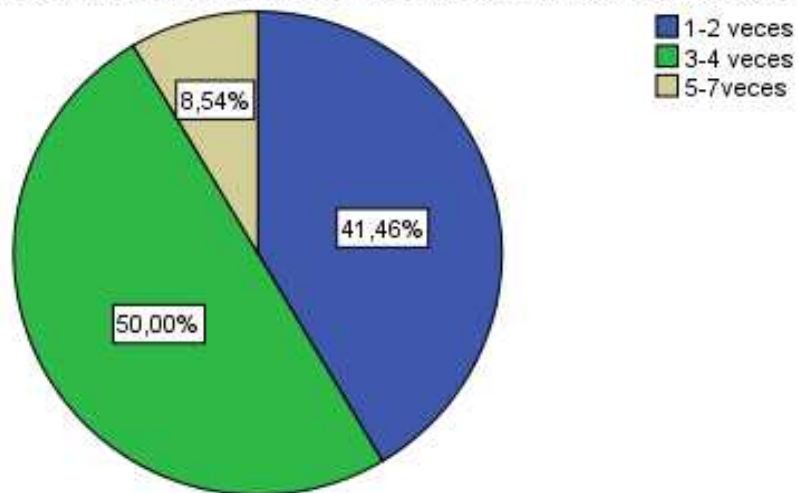


Gráfico 9: Pastel-Pregunta 1

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con el gráfico de sectores el 50% de turistas nacionales y residentes de la ciudad asisten a un restaurante de 3 a 4 veces a la semana, mientras que tan solo el 8.54% acude de 5 a 7 veces.

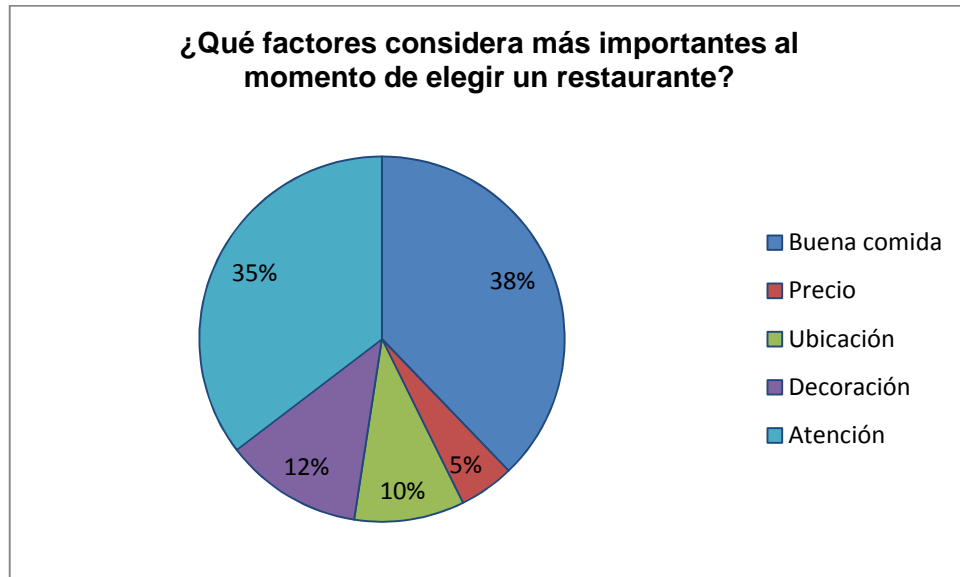


Gráfico 10: Pastel-Pregunta 2

Elaborado por: Las autoras

Según los resultados de las encuestas el 38% de turistas nacionales y residentes locales consideran imprescindible la calidad de la comida, seguido por el 35% que corresponde a la atención al cliente, el 12% que encierra el rubro de decoración, 10% para el rubro de ubicación y por último se encuentra el precio de los platillos con un 5%.

**Que tipo de comida Ud prefiere probar al momento de asistir a un restaurante**

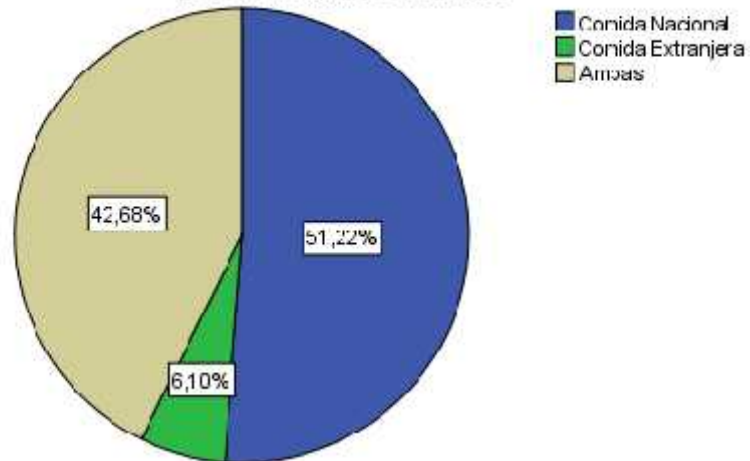


Gráfico 11: Pastel-Pregunta 3

Elaborado por: Las autoras

Con respecto al tipo de comida, el 51% de los encuestados prefieren degustar de la comida nacional, mientras que tan solo el 6.10% optan por la comida extranjera

**Visitaria Ud un restaurante de comida ecuatoriana ambientado en las regiones del Ecuador**

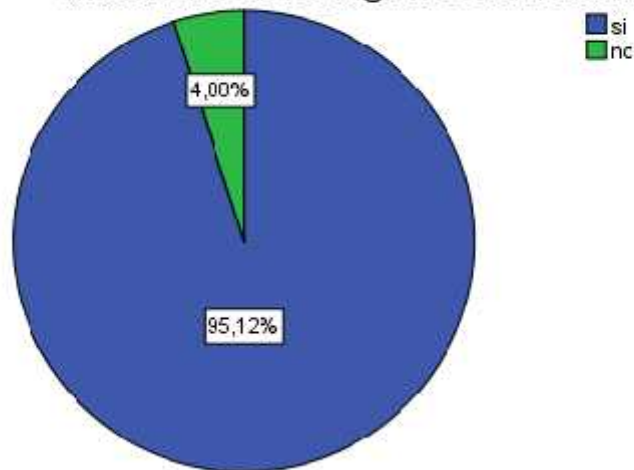


Gráfico 12: Pastel - Pregunta 4

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con el gráfico, al 95% de los encuestados les gustaría visitar un restaurante de comida 100% ecuatoriana ambientado en las regiones del país. Tan solo un 5% no acudiría a uno de tales características.

**Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante (Cena )**

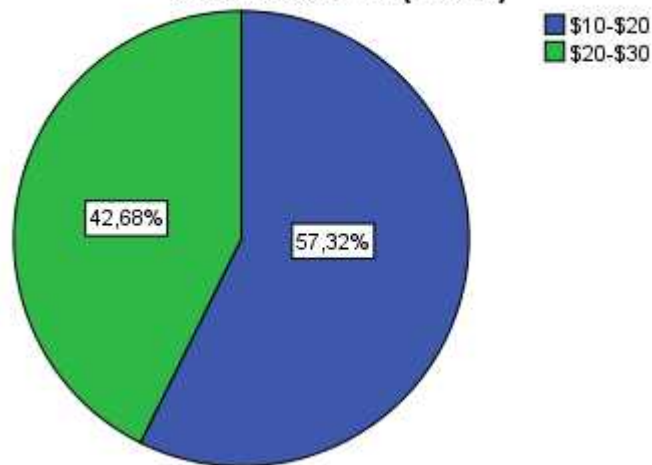


Gráfico 13: Pastel- Pregunta 5

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas el 57% los turistas nacionales y residentes locales consideran como consumo promedio un rango entre \$10 a \$20 en lo que se refiere a la cena en un restaurante.

### Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante (Almuerzo)

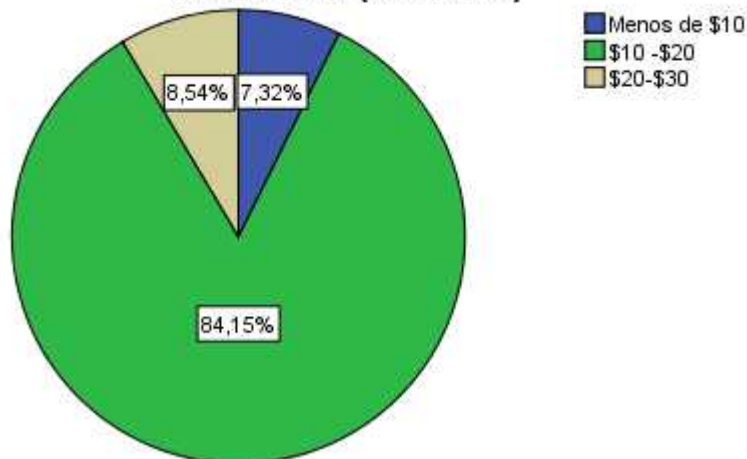


Gráfico 14: Pastel - Pregunta 6

Elaborado por: Las autoras

Según el gráfico de sectores el 57% de turistas nacionales y residentes locales consideran como consumo promedio un rango entre \$10 a \$20 en lo que se refiere al almuerzo en un restaurante. Mientras que tan solo el 7% considera un valor menos de \$10 para este rubro.

### Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante (Dulces y piqueos)

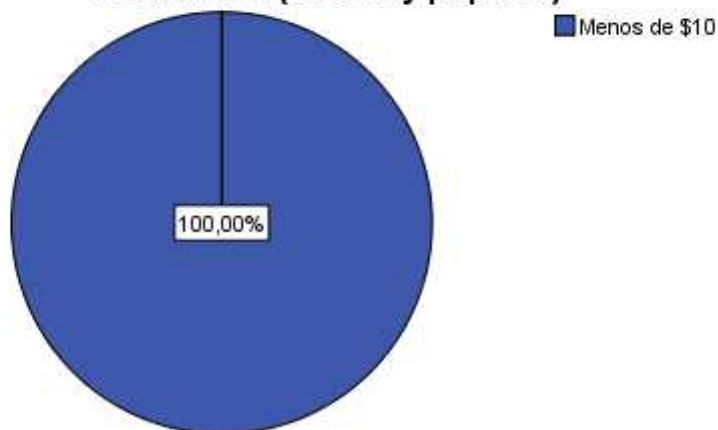


Gráfico 15: Pastel- Pregunta 7

Elaborado por: Las autoras



El 100% de los encuestados coinciden en que su consumo promedio en un día dentro de un restaurante para el rubro de dulces y piqueos es menor a \$10.

### Con que tipo de espectaculos le gustaria acompañar su comida en el almuerzo

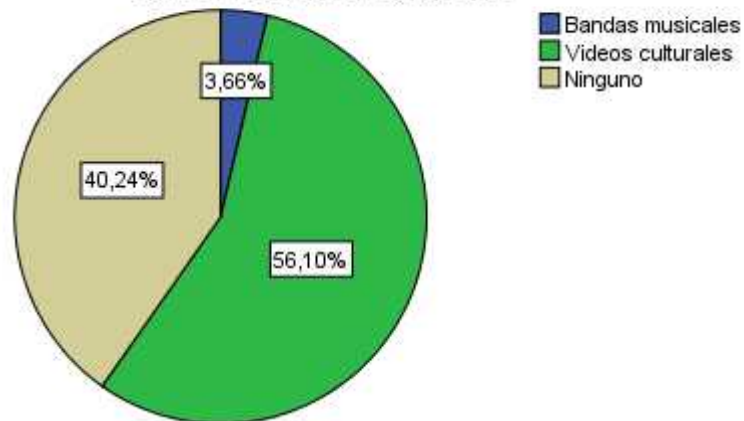


Gráfico 16: Pastel -Pregunta 8

Elaborado por: Las autoras

El 56.10% de los encuestados afirma que les gustaría acompañar su comida, específicamente el almuerzo con videos culturales acerca de la historia, costumbres y tradiciones del país. El 40% prefieren disfrutar de su comida sin ningún tipo de espectáculo, mientras que el 3.66% prefieren hacerlo con bandas musicales.

### Con que tipo de espectaculos le gustaria acompañar su comida en la cena

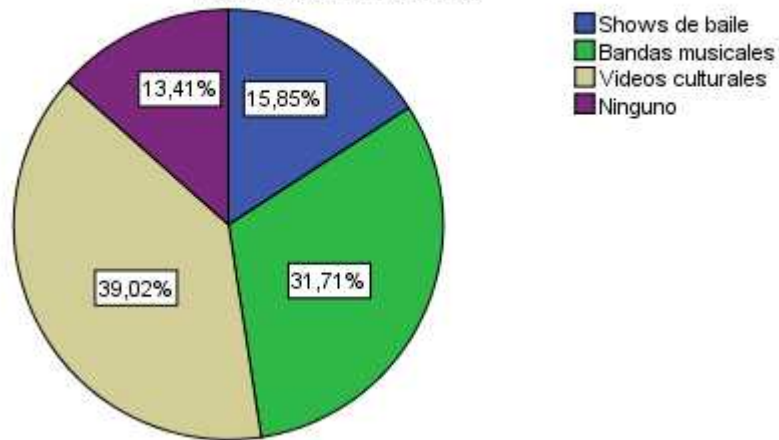


Gráfico 17: Pastel- Pregunta 9

Elaborado por; Las autoras

El 39.02% de los encuestados afirma que les gustaría acompañar su comida, específicamente la cena con videos culturales acerca de la historia, costumbres y tradiciones del país. El 31.71% prefieren disfrutar de su comida con bandas musicales, el 15.85% con Shows de baile, mientras que el 13.41% prefieren hacerlo sin ningún tipo de espectáculo.

**A que tipo de lugares acude usualmente en busca de un restaurante**

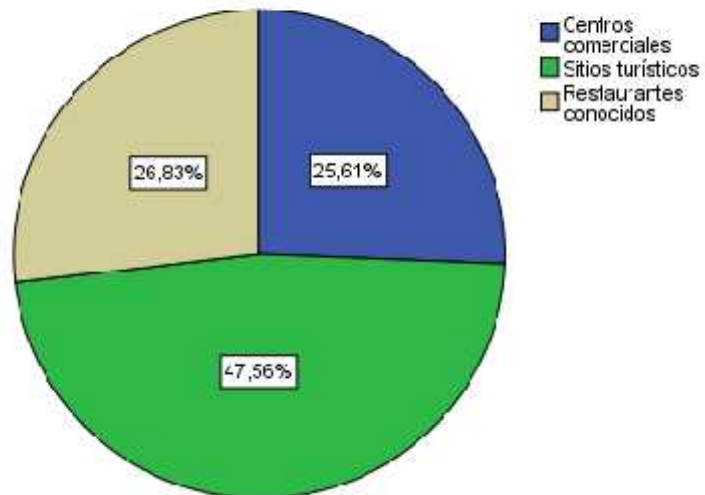


Gráfico 18: Pastel-Pregunta 10

Elaborado por: Las autoras

El 47.56% de los encuestados acude a sitios turísticos en busca de restaurantes, el 26.83% lo hace basándose en restaurantes conocidos, mientras que el 25.61% lo hace en centros comerciales.

### Cuánto tiempo considera aceptable esperar por Dulces y piqueos

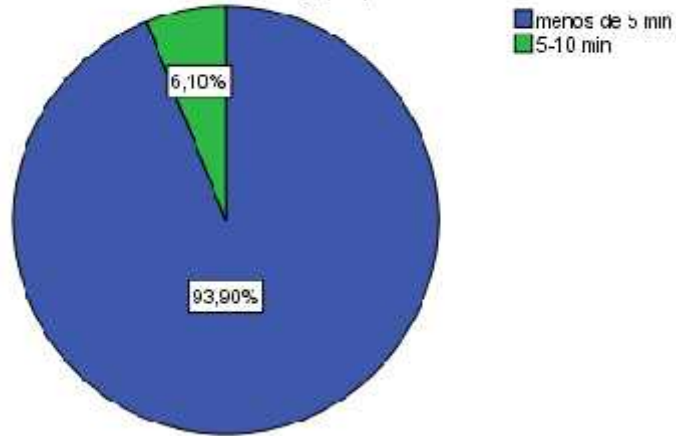


Gráfico 19: Pastel- Pregunta 11

Elaborado por: Las autoras

El 93.90% de los turistas nacionales y residentes locales considera aceptable esperar de 0 a 5 min por los dulces y piqueos, el 6.10% consideran como tiempo razonable de 5 a 10 min.

### Cuánto tiempo considera aceptable esperar por el almuerzo

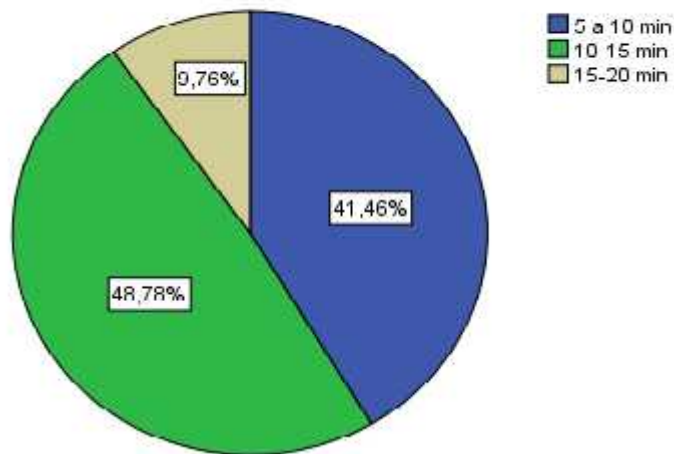


Gráfico 20: Pastel - Pregunta 12

Elaborado por: Las autoras

El 48.78% de los turistas nacionales y residentes locales considera aceptable esperar de 10 a 15min por el almuerzo, el 41.46% consideran como tiempo razonable de 5 a 10 min, mientras que el 9.76% estarían dispuestos a esperar entre 15 a 20 min.

**Cuánto tiempo considera aceptable esperar por la cena**

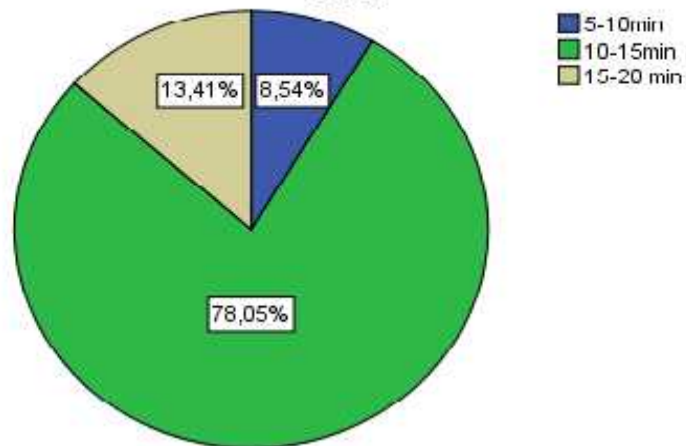


Gráfico 21: Pastel -Pregunta 13

Elaborado por: Las autoras

El 78.05% de los encuestados estarían dispuestos a esperar por la cena entre 10 a 15 minutos, el 13.41% lo harían entre 15 a 20 minutos, mientras que tan solo el 8.54% esperaría de 5 a 10 minutos.

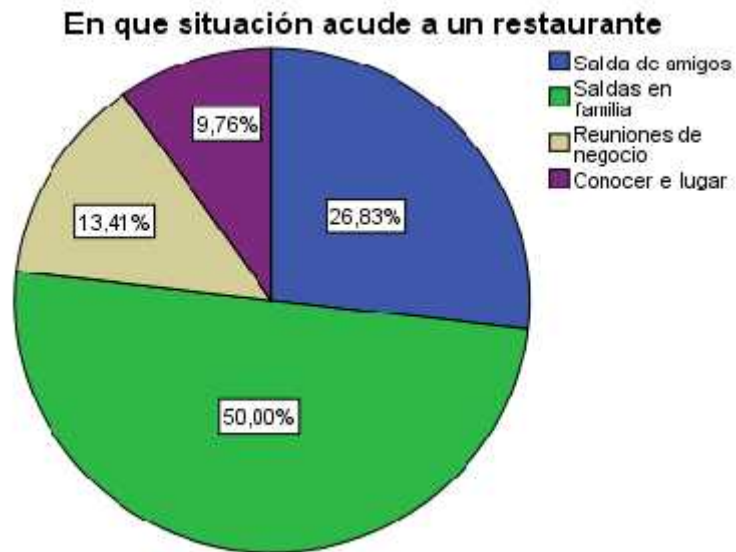


Gráfico 22: Pastel-Pregunta 14

Elaborado por: Las autoras

Según el gráfico, el 50% de los encuestados acude a un restaurante cuando se trata de salidas en familia, el 26.83% lo hace con amigos, mientras que el 13.41% lo hace cuando se trata de reuniones de negocio.

### Cual de los siguientes restaurantes de comida típica considera es el mejor

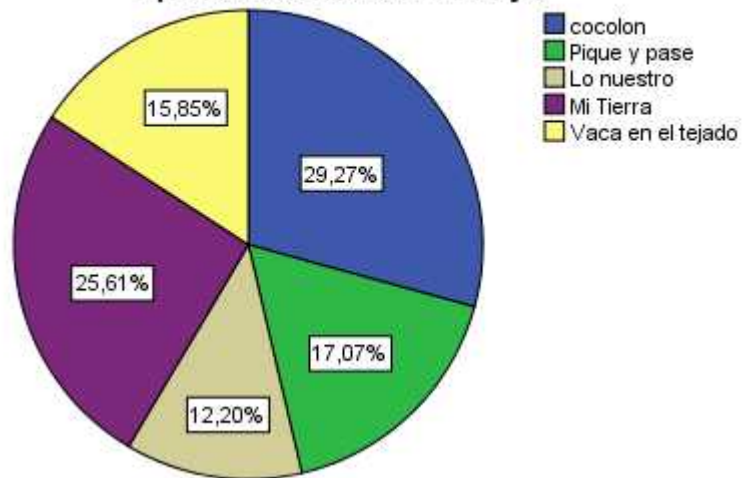


Gráfico 23: Pastel-Pregunta 15

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con los resultados de las encuestas el 25.61% de los turistas nacionales y residentes locales considera a “Mi Tierra” como el mejor restaurante de comida típica al que han asistido, el 29.27% considera que “Cocolón” se ha destacado por brindar ese servicio, el 17.07% opta por “Pique y Pase”, el 15.85% sostiene que el mejor restaurante de comida típica es “Una vaca en el tejado”, mientras que el 12.20% prefieren a “Lo Nuestro”

### Donde le gustaría que se encuentre ubicado el restaurante

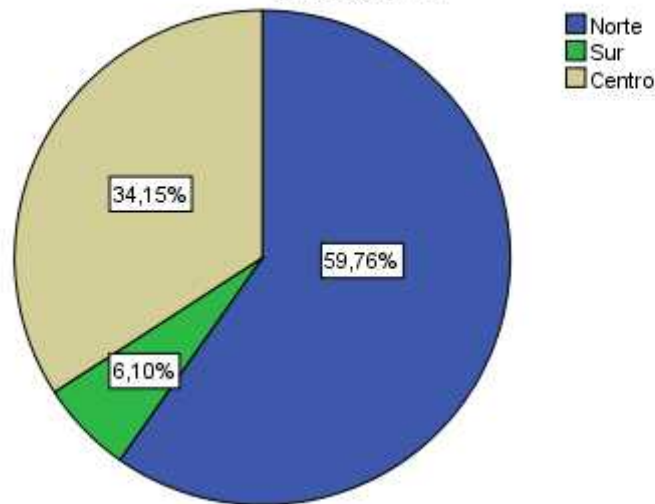


Gráfico 24: Pastel - Pregunta 16

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con el gráfico que se muestra a continuación, el 59.76% de los encuestados prefieren que la ubicación del restaurante típico sea al norte de la ciudad, el 34.15% considera que debería estar ubicado al Centro, mientras que el 6.10% optan por el Sur.

#### 3.5.5.2 Interpretación de los resultados

De acuerdo a los resultados de las encuestas, la frecuencia con que acuden turistas nacionales y residentes locales a un restaurante es de 3 a 4 veces por semana, considerando la calidad de comida y atención al cliente los principales factores que influyen al momento de elegir el restaurante al cual desean asistir, por lo cual estos factores serán claves dentro de nuestros procesos.



Según los resultados, un restaurante de comida típica ecuatoriana tendría acogida, puesto que el 51% gusta de consumir comida nacional y solo el 6.10% se inclina por comida extranjera, de la misma manera el 95% afirma que le gustaría visitar un restaurante de comida 100% ecuatoriana en un ambiente lleno de cultura y decoración de cada región del país.

El consumo promedio por persona se encuentra entre los 10 y 20 dólares tanto para almuerzos como para cenas, mientras que para piqueos consideran razonable gastar menos de 10 dólares, por lo cual nuestros precios estarán de acuerdo a estas preferencias.

En lo que se refiere a entretenimiento los clientes prefieren videos musicales para acompañar su almuerzo, mientras que para la cena prefieren videos musicales o bandas musicales.

Los principales lugares a los cuales acuden en busca de un restaurante son sitios turísticos y centros comerciales, a lugares a los cuales acuden principalmente en familia o en grupos de amigos, en adición, la mayoría de encuestados prefiere el norte de la ciudad.

El tiempo de espera aceptable para dulces y piqueos es de menos de 5 minutos mientras que para almuerzos y cenas es de 10 a 15 minutos, por lo cual es importante la rapidez en la atención.

El mejor restaurante elegido por los encuestados es Cocolón, por lo cual se buscará analizar los factores que colocan a este restaurante como la primera opción para turistas nacionales y residentes locales, con el fin de brindar un servicio similar y mejorado en nuestro restaurante.

## **ENTREVISTA AL EXPERTO**

Se realizó la entrevista a la Sra. Dennis Baños, docente de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y dueña de “MARRECIFE” restaurante cuya especialidad son los mariscos ubicado en la ciudad de Guayaquil.

### **1.- ¿Cómo nació la idea de implementar un restaurante de comida típica del Ecuador?**

La idea nació de mi esposo ya que el toda la vida ha estado vinculado en el tema de restaurantes, y vio una oportunidad en ese negocio. Él quería tener su propia empresa, quería ser su propio jefe y como tenía la actitud y sabe de cocina entonces él dijo esto es lo mío, lo que me gusta y así nació.

### **2.- ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?**

En este negocio que tenemos ya vamos a cumplir 8 ocho años pero anteriormente cuando mi esposo era soltero ya lo estaba ejerciendo por aproximadamente tres años, sin embargo el negocio no era tan rentable precisamente porque como era soltero entonces lo que ganaba se lo gastaba y cosas así.

### **3.- ¿En qué factores se basó para escoger la ubicación del negocio?**

Cuándo mi esposo estaba soltero tenía un negocio súper pequeñito en ese lugar, entonces él dijo esta es la zona porque es una zona empresarial muy importante en el norte de Guayaquil. Por ese motivo el decidió poner el negocio ahí, porque está estratégicamente ubicado.

#### **4.- ¿Con que frecuencia asisten los clientes?**

Realmente no tenemos estudiado la frecuencia con la que va determinado número de personas, pero de lo que escuchamos es que por ejemplo tenemos un cliente que iba todos los días a comer entonces puede ser que hayan personas que vayan de tres a 4 veces al mes pero así mismo tenemos personas en especial familias que son infaltables todos los fines de semana.

#### **5.- ¿Cree Ud. que lo nuestro siempre será preferido ante lo internacional en cuanto a gastronomía se refiere?**

Si, definitivamente de lo que me he podido dar cuenta, nosotros nuestra cultura si bien es cierto nos gusta visitar algún restaurante de comida internacional, probar otro tipo de comida siempre terminamos comiendo la comida típica, siempre la preferencia hacia lo nuestro. De repente esa es una de las razones por la que otros restaurantes no han tenido éxito en ese aspecto.

#### **6.- ¿En qué piensa Ud. que se diferencia su restaurante con el de sus competidores?**

Realmente yo creo que es la calidad de la comida, la rapidez de la atención, el trato de los meseros a los clientes, uno siempre trata de complacer en lo que ellos deseen. Yo creo que es sobre todo el trato que tiene el dueño para con los consumidores que hace que ellos se sientan parte de.

#### **7.- ¿Qué cree Ud. que haría falta implementar en este tipo de servicio?**

En nuestro negocio mi esposo siempre está tratando de innovar platos, creo que eso si le hace falta al resto de restaurantes. Uno que constantemente está yendo, ver siempre el mismo menú, no hay como sugerencias del chef, o por último como que le cambien el panorama, lo mezclen con otra cosa para así hacerlo más atractivo. Yo creo que eso si le hace falta al resto de restaurantes,

innovar su carta, cambiarla, variar los platos, sacar los que definitivamente no tienen rotación, eliminarlos.

**8.- ¿A través de que métodos se realiza la publicidad?**

Bueno tenemos la página web, de ahí lo que hicimos un tiempo fue publicar promociones en las redes sociales por ejemplo de tal a tal hora reciben gratis algo pero realmente no nos funcionó, la gente no acudía parecía que no revisaran las redes sociales. Tal vez puede ser porque el target al que estamos enfocados es a ejecutivos, personas que no pasan mucho tiempo en redes sociales.

**9.- ¿Qué otros restaurantes considera que sean reconocidos en la industria?**

La canoa, pienso que es el mejor restaurante de comida típica en la ciudad de Guayaquil, la comida del hotel Oro verde también es buena, pero considero que la Canoa es mejor.

## **CAPÍTULO IV: PLAN DE MARKETING**

### **4.1 Estrategias de mercado: producto, plaza, precio y promoción**

#### **4.1.1 Estrategia de precios**

##### **4.1.1.1 Estrategia de precios de introducción al mercado**

Establecer un precio por debajo del de la competencia directa con el propósito de generar un volumen significativo de ventas, ganar mayor participación en el mercado objetivo y poder atraer una mayor clientela.

##### **4.1.1.2 Política general de precios**

1. Precios asequibles enfocados en el mercado meta del negocio.
2. Precios definidos en el menú.
3. Descuentos y promociones por un determinado monto de consumo.
4. Precios por combo de platillos según la opción que haya establecido el chef.

##### **4.1.1.3 Política de descuentos**

1. Porcentaje de descuento en el consumo de los clientes que traigan consigo desde 5 acompañantes en adelante a partir de la segunda visita.
2. Porcentaje de descuento en el total de la cuenta por un monto de consumo determinado, aplica a partir de 1 hasta 4 personas.
3. Descuento temporal en el precio de determinados platillos de cada región en un mes del año en específico.
4. El cumpleaños tendrá la opción de escoger un platillo junto con la bebida y el postre a su elección, los cuáles correrán por cuenta de la casa.

5. Se entregarán cupones a los clientes que cumplan con las indicaciones que se hayan dado en el restaurante.

#### 4.1.2 Estrategia de producto

El menú de cada región del Ecuador variará cada semana dependiendo de la demanda que tengan por parte de los consumidores. Se agregarán nuevos platillos y se cambiarán otros de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes

##### 4.1.2.1 Portafolio de productos



Gráfico 25: Menú Costa

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 26: Menú Sierra

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 27: Menú Oriente

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 28: Menú región Insular

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 29: Menú postres

Elaborado por: Las autoras





Gráfico 30: Menú piqueos

Elaborado por: Las autoras



Gráfico 31: Menú bebidas

Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.2.2 Marca



Gráfico 32: Logo

Elaborado por: Las autoras

#### 4.1.2.2.1 Aplicaciones

El Logotipo del restaurante será utilizado en todo documento u objeto relacionado al negocio, como por ejemplo:

- Facturas
- Notas de venta
- Folletos
- Servilletas
- Souvenirs
- Diseño del menú
- Tarjetas de presentación
- Uniforme del personal

### **4.1.3 Estrategia de plaza y distribución**

#### **4.1.3.1 Diseño del local**

1. El Restaurante se dividirá en 4 espacios los cuales estarán ambientados en las regiones del Ecuador (Costa, Sierra, Oriente y Península Insular) y por ende decorados con estilos, diseños, materiales y adornos propios de cada región , así como también se proporcionará información acerca de la historia, cultura y tradiciones de las mismas.
2. El ambiente del restaurante, aunque conservará la misma temática, se agregará algún adorno adicional o se lo cambiará por otro que no se haya mostrado antes, todo propio de la región que se está representando.
3. EL restaurante estará ubicado en Plaza Lagos, ya que es un lugar que va acorde al mercado en el cual nos estamos enfocando, además con un elevado tráfico de turistas tanto nacionales como internacionales.

#### **4.1.3.2 Merchandising**

1. La presentación del menú del restaurante estará diseñada de una manera creativa, mostrando en cada sección un lugar representativo de cada región, con el objetivo de brindar una buena impresión tanto en calidad del producto como a la imagen por la que se desea que el restaurante sea conocido.

2. El restaurant estará decorado con fotos, cuadros, adornos que muestren la historia tanto de la costa ecuatoriana como de cada una de las regiones.
3. Existirá un espacio exclusivo donde los clientes podrán observar y comprar artículos representativos de cada región, como llaveros, monederos, sombreros, artesanías, etc.

#### **4.1.4 Estrategia de promoción**

##### **4.1.4.1 Publicidad**

Dar a conocer el restaurante y nuestros servicios por medios electrónicos como una página web del lugar y redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter. Así como también en medios tradicionales como radio.

##### **4.1.4.2 Relaciones públicas**

1. Crear sorteos entre nuestros clientes en los cuales las personas favorecidas se llevarán un adorno Ecuatoriano.
2. Obsequiar tarjetas de cumpleaños junto con un pequeño obsequio a los clientes que más acuden al restaurante.
3. Organizar eventos para días especiales.
4. Ofrecer un obsequio a los niños (Globos, juguetes, dulces)
5. Ofrecer entretenimiento para los niños una vez a la semana (títeres, magos etc.)
6. Brindar apoyo a grupos infantiles
7. Realizar donaciones de alimentos a asilos, fundaciones, entre otros.
8. Establecer alianzas con agencias de viajes y embajadas.

9. Establecer alianzas con agencias de taxis para que se recomiende visitar el restaurante a turistas que lleguen a la ciudad.
10. Hacer publicidad en islas dentro de centros comerciales.
11. Totems publicitarios

#### **4.1.4.3 Venta personal**

Los meseros serán las personas que se relacionarán directamente con los clientes y tendrán la responsabilidad de tomar sus pedidos, despejar o aclarar alguna duda sobre algún platillo en especial o hacer algún tipo de recomendación en cuanto a la selección del plato. Así como también serán capaces de brindar información histórica y cultural de cada región a los clientes en caso de que estos lo soliciten.

#### **4.1.4.4 Promoción de ventas**

- 1 Crear promociones tales como: dar un recuerdo de Ecuador gratis por un monto determinado de consumo,
- 2 ofrecer un combo de platillos establecidos por el chef en los cuáles el postre sea gratis,
- 3 finalmente si en la segunda visita al restaurante el cliente lleva con él a 5 amigos, un platillo con su respectiva bebida corre por cuenta de la casa.

#### 4.1.4.5 Marketing directo

Se utilizarán medios tradicionales como volantes en sitios turísticos de la ciudad de Guayaquil, publicidad en radio, se promocionará nuestro restaurant a través de folletos en las principales agencias de viaje utilizadas por los turistas que llegan a la ciudad.

#### 4.1.4.6 Costos de Publicidad

La publicidad en radio se la va a realizar en la emisora 105.7 Radio Fabu ya que consideramos está dirigida al target en el cual nos hemos enfocado que son los turistas nacionales e internacionales y los residentes locales de clase media típica a alta. Por último se realizarán convenios con el aeropuerto de Guayaquil con la finalidad de que nuestro restaurante sea promocionado en la página web del aeropuerto y recomendado a los turistas que visiten la ciudad.

En la presente tabla se puede apreciar que el total de gastos de publicidad mensual es de \$.500,00.

Tabla 13: Gastos de publicidad

<b>Publicidad en radio</b>	
Duración de la cuña	30
Costo de una cuña publicitaria	\$ 15
Número de cuñas al día	2
Costo de la cuña publicitaria al día	\$ 30
Días de transmisión de la cuña	3
Costo de la cuña publicitaria a la semana	\$ 90
<b>Gasto mensual de publicidad en radio</b>	<b>\$ 360.00</b>

Gasto mensual de publicidad/convenio-aeropuerto	\$ 140.00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	500

Elaborado por: Las autoras

Se realizará de igual manera publicidad a través de redes sociales como Facebook, instagram, Twitter y la creación de nuestra página Web que al ser realizada por nosotros será sin costo alguno.

## **CAPITULO V: PRESENTACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO**

### **5.1 Nombre del restaurante típico**

El nombre de una Empresa se lo define como la esencia de la misma, el rasgo que lo distingue de sus competidores, es considerada como la carta de presentación de un negocio, por ende es muy importante tener en cuenta lo que se transmite a los consumidores y las percepciones que ellos podrían tener acerca del mismo. Nuestro restaurante se llamará **“ME SABE A ECUADOR”**. Hemos decido denominarlo de esta manera porque uno de nuestros objetivos principales es que la gente nos identifique como un restaurante de comida típica 100% Ecuatoriana.

## **5.2 Idea del producto**

Nuestro proyecto se basa en la implementación de un Restaurante típico ambientado en las tres regiones del Ecuador y la península insular, el cual estará ubicado en la ciudad de Guayaquil. En cuanto al diseño del restaurante, este contará con 4 divisiones cuya decoración dependerá de la región: costa, sierra, oriente e insular. En cada espacio al ambiente será distinto y existirán elementos, fotos, instrumentos, videos, historia y por supuesto el menú propio de cada región. Los consumidores podrán degustar de una diversidad de platillos típicos así como de shows musicales, bandas en vivo originarias del Ecuador.

## **5.3 Tipo de Empresa**

MESABE A ECUADOR S.A., razón social de la compañía, pertenece al sector terciario de la economía ya que se trata de un servicio dentro del ámbito de alimentos y bebidas. Nuestra Empresa será constituida como una sociedad anónima, la cual estará conformada por dos socios principales.

### **5.3.1 Accionistas**

“ME SABE A ECUADOR S.A.”estará conformada por dos socios que son: la Srta. Vicky Celi Hernández con C.I. 0930823570 y la Srta. Michel López Villegas con C.I. 0928733252.



## 5.4 Organización

### 5.4.1 Diseño de puestos, funciones y perfil del colaborador

- **Administrador de Restaurant:** Será el encargado de planear, organizar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades del restaurante y del personal. Además es responsable de planear la operación de alimentos y bebidas y de la compra de los insumos y artículos necesarios para el servicio en el restaurante y en el bar.
- **Anfitriona:** Será la responsable de dar la bienvenida a los clientes, asignar la mesa que haya sido reservada, guiar a los clientes a la región que deseen, dar a conocer algún tipo de promoción o descuento que exista en el restaurante y Presentar las cartas a los clientes que han ingresado comunicándoles que el mozo ya se presentara a tomar la orden.
- **Meseros:** Serán responsables de tomar órdenes de bebidas y alimentos y llevarlos a la mesa. También deberán presentar la factura al cliente, pagar a la caja registradora y volver con el cambio. Deben conocer muy bien la carta.
- **Cajera:** Será la responsable del registro, la recepción y cambio de pagos en efectivo, cheques o tarjetas de crédito, así como equilibrar el registro al final de un turno.

- **Chef ejecutivo:** Será el responsable de todo el proceso de producción de la cocina, se encargará del manejo del personal, de la gestión de las compras, de la evaluación y creación de los menús, del control de los costos de la operación.
- **Cocineros:** Se encargarán de la elaboración de los platillos para el servicio del restaurante.
- **Ayudantes de cocina:** Serán los responsables de la limpieza, el secado y la organización de los platos, vasos y demás.
- **Equipo de limpieza:** Se responsabiliza de la higiene de sala, servicios, cocinas y el montaje de las mesas,

#### 5.4.2 Perfil del colaborador

##### **Administrador:**

- Instrucción: Profesional en Alimentos y Bebidas, Hotelería y Turismo, Administración de Empresas o Afines
- Edad entre 25 a 40 años
- Supervisar la atención y servicio al cliente de manera general en el local.
- Controlar que los platos salgan de cocina acorde a su preparación
- Auditar inventarios diarios y mensuales de cada uno de los implementos y víveres
- Vocación de servicio al cliente.
- Buen liderazgo y capacidad para manejo de personal
- Experiencia: mínima 2 años en cargos similares (Administración de Restaurantes) o con la Actitud para trabajar en este ambiente.

### **Anfitriona**

- Instrucción: Secundaria.
- Experiencia: en el área de Hotelería / Turismo / Restaurantes (1 año deseable).
- Don de servicio al cliente
- Buena presencia
- Edad entre 18-35 años.

### **Meseros**

- De preferencia con estudios universitarios relacionados a la carrera de Hotelería, Turismo, Gastronomía o afines
- Don de servicio al cliente, dinámicos, proactivos
- Meseros de buena presencia
- Edad entre 18-35 años

### **Cajera**

- Sexo Indistinto
- Edad: 25-35 años
- Estudios universitarios concluidos
- Buena Presentación
- Experiencia de 2 años en el ramo
- Responsabilidad y honestidad a toda prueba
- Habilidades numéricas
- Conocimientos en paquetería Office
- Atención al cliente y ventas.

## **Chef Ejecutivo**

- Sexo indistinto
- Edad: 26 años en adelante
- Escolaridad: Licenciatura en gastronomía con estudios de alguna especialidad
- Experiencia profesional como Chef Ejecutivo mínima de 6 años
- Inglés capaz de sostener conversaciones de negocio
- Orientado a servicio de calidad y conozca programas higiénicos de alimentos
- Habilidades administrativas como: control de costos / calidad/inventario.

## **Cocineros:**

- Experiencia mínima 2 años en el área.
- Preferencia con estudios en gastronomía, que no se encuentre estudiando actualmente.

## **Ayudantes de cocina**

- Sexo indistinto
- Edad: 22 años en adelante
- Estudios técnico concluidos de la carrera de Cocina.
- Experiencia mínima de 1 año como Ayudante de Cocina, 3. Manejo de BPM.
- Pro actividad.
- Disponibilidad para trabajar

## Equipo de limpieza

- Sexo indistinto
- Edad: 30 años en adelante
- Disponibilidad para trabajar
- Experiencia como operador de limpieza (1 año deseable)

### 5.4.3 Estructura organizacional



Gráfico 33: Organigrama

Elaboración: Las autoras

#### **5.4.4 Reglamento interno**

Todas las personas que laboran para el Restaurante “ME SABE A ECUADOR” deberán sujetarse a los artículos establecidos en el reglamento interno de la Empresa.

- El uniforme deberá ser usado durante la jornada laboral por todo el personal.
- El personal no está autorizado a utilizar Celular, ni ningún artículo de entretenimiento durante las horas de trabajo, a menos que se presente una emergencia.
- Cualquier asunto relacionado con inasistencia al lugar del trabajo o permisos para faltar deberá ser consultado con el Administrador.
- El administrador será la única persona con autoridad para acceder a los permisos o justificación de faltas.
- Se prohíbe a los empleados el ingreso de bebidas alcohólicas o estupefacientes a lugar de trabajo.
- Satisfacer los requerimientos del cliente, considerándolos como prioridad.
- Los sueldos serán cancelas en dos partes: Quincena y fin de mes.

#### **5.4.5 Cultura empresarial**

Los valores de “**Me sabe a Ecuador**” la comprometen a:

- Ofrecer productos y servicios de calidad a nuestros clientes.
- Fomentar la mejora continua en cada uno de nuestros procesos.
- Brindar un buen ambiente de trabajo y oportunidades de desarrollo a nuestros empleados.
- Garantizar rentabilidad creciente a sus accionistas.

## 5.5 Marco legal

De acuerdo con el Ministerio de Guayaquil para la puesta en marcha de un restaurante turístico en la ciudad se debe cumplir con los trámites legales mencionados a continuación.

- **Registro del establecimiento en el RUC – Servicio de Rentas Internas**

En el RUC se incluye información relativa a la actividad comercial de la persona, por ejemplo: Dirección y teléfono de la matriz y establecimientos, descripción de las actividades económicas que se llevan a cabo, en base al código CIUU (Clasificador Internacional Industrial Único), entre otros. Para la apertura o actualización del RUC es necesario descargar y llenar un formulario, entregarlo en las oficinas del SRI adjuntando otros documentos que se solicitan como por ejemplo: Copia a color de la cédula de identidad, copia de papeleta de votación, planilla de servicios (luz, agua o teléfono).

- **Uso de Suelo – Municipio de Guayaquil.**

Ya que el establecimiento estará ubicado dentro de un centro comercial no es necesario obtener el certificado de uso de suelo del local, en su lugar se debe de tener una copia del certificado de uso de suelo del centro comercial.

- **Permiso de Funcionamiento – Cuerpo de Bomberos.**

Las empresas deben llenar una solicitud de inspección de locales comerciales, adjuntando los siguientes documentos requeridos: copia de cédula de identidad del representante legal de la organización, copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC), copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por la Municipalidad de Guayaquil, copia del último pago del Impuesto Predial, o copia de una planilla de

servicios básicos con la dirección del establecimiento, cancelar una tasa calculada por el cuerpo de Bomberos en función del riesgo de incendio del comercio, y obtener el visto bueno de un Inspector de Bomberos. En la visita, el Inspector de Bomberos revisará que el establecimiento tenga distintivos que indiquen la salida en caso de emergencias, si existe una salida de emergencia, si el lugar cuenta con rociadores de agua en caso de ser necesarios. Además, todos los locales deben contar con un extintor por cada 100m de área útil, que puede ser de CO2 o polvo químico seco, dependiendo de los procesos que se realicen en el negocio y el tipo de máquinas y equipos. Finalmente, todos los locales deben tener avisos en los que se prohíbe fumar dentro de las instalaciones.

- **Ministerio de Turismo.**

Todas las personas, naturales o jurídicas, que deseen constituir establecimientos turísticos, como restaurantes, bares, discotecas o sitios de alojamiento, deben registrarse ante el Ministerio de Turismo. Para ello, se debe llenar una solicitud de registro, anexando los siguientes documentos: Copia certificada de la escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas, nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina de Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas, copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.), fotocopia de la cédula de ciudadanía, Fotocopia del certificado de votación, lista de precios (original y copia), contrato de arrendamiento, registrado en un juzgado de inquilinato, listado del inventario de bienes valorados del establecimiento, fotografías de las instalaciones del establecimiento: fachada, cocina, áreas de recepción, lobby, baños y servicios que brindan.



El Ministerio de Turismo calificará el establecimiento en función de sus características como fuente de soda o restaurante, y dentro de clasificación también definirá su categoría entre de primera, segunda o de lujo, para el caso de las fuentes de soda; y, de primera hasta cuarta categoría, o de lujo, para restaurantes.

- **Permiso de Funcionamiento – ARCSA.**

De acuerdo al Acuerdo Ministerial No.818 del 19 de diciembre de 2008, los establecimientos que expendan alimentos deben obtener un permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública, responsabilidad que ha sido cedida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Para obtener el permiso, se debe solicitar, completar y presentar un formulario junto con los documentos mencionados a continuación: Copia del registro único de contribuyentes (RUC), copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento, documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda, Plano del establecimiento a escala 1:50, croquis de ubicación del establecimiento, permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos, copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública y cancelar el costo del permiso. El valor a pagar está en función del tipo de establecimiento, y resulta de multiplicar el coeficiente asignado en una tabla x 2.4% x un salario mínimo vital SMV.

- **Patente Municipal – Municipio de Guayaquil.**

Todas las personas que deseen iniciar una actividad comercial o industrial en el Ecuador deben obtenerla y renovarla anualmente. El valor a pagar cada año se determina en función del patrimonio con que opere la empresa en base a una tabla. La fecha máxima para el pago es hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta. Para obtener la patente municipal es necesario completar un formulario y adjuntar los requisitos solicitados a continuación: Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, la última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.), presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo, formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto) y cancelar la liquidación correspondiente.

- **Certificado de Trampa de Grasa –Interagua.**

Los establecimientos que posean cocinas deben solicitar un Certificado de Trampa de Grasas a Interagua. Los documentos que se deben presentar son los siguientes: copia de la cédula de identidad y RUC del establecimiento, copia de la factura, carta de autorización del dueño del establecimiento, nombramiento de representante legal y nombramiento (Personas Jurídicas), cotización cancelada por este concepto.

**Tabla 14: Costo certificado de trampa de grasa**

<b>• Valores por inspección y/o renovación del certificado de trampa de grasa</b>	<b>Unidad funcional</b>	<b>Costo (USD)</b>
Restaurantes con capacidad hasta 200 platos servidos por día	U	\$ 11,13
Restaurantes con capacidad mayor a 200 platos servidos por día	U	\$ 22,26
Talleres	U	\$ 13,35
Bodegas	U	\$ 13,35
Lubricadoras	U	\$ 22,26
Lavadoras	U	\$ 13,35
Gasolineras	U	\$ 22,26

Fuente: Interagua

Recuperado de: [http://www.interagua.com.ec/contactenos\\_requisitos.htm](http://www.interagua.com.ec/contactenos_requisitos.htm)

Fecha de acceso 10/07/2014

**• Tasa de Habilitación y Control – Municipio de Guayaquil**

Se debe pagar anualmente hasta el 31 de agosto, y se liquida en función del tamaño del establecimiento: grande 2 salarios mínimos vitales (SMV), medianos 1 SMV, y pequeños 0.5 SMV.

Para obtener la tasa de habilitación y control se debe llenar un formulario y presentarlo en una ventanilla municipal, junto con los requisitos necesarios que se mencionan a continuación: Obtener la Consulta de Uso de Suelo, copia de Patente Municipal del año exigible, tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigente o definitiva, presentar original y copia, consulta de Uso de Suelo No Negativa, copia del RUC, tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación (comprar en las ventanillas municipales ubicadas en Clemente Ballén y Malecón), copia del Nombramiento, cédula y certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica),

copia de Cédula y Certificado de Votación del dueño del negocio (si el solicitante es una persona natural), sólo en caso de que el local sea arrendado o concesionado, deberá presentar copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas, certificado de Trampa de Grasa de Interagua.

- **Permiso de Comunicación Pública –Sayce.**

Si se consigue un local con mesas y se desea colocar música para generar un buen ambiente, es necesario obtener un permiso para “Comunicación Pública” de la Sociedad de Autores del Ecuador (Sayce). Se entiende por comunicación pública todo acto en el que una pluralidad de personas, reunidas o no en un mismo lugar y, en el momento en que indudablemente decidan, puedan tener acceso a la obra (musical). El valor a pagar depende del tipo y categoría de establecimiento, pudiendo estar entre el 14% y 45% de un SMV más IVA.

- **Afiliación de los trabajadores al IESS**

Los requisitos imprescindibles para registrar a los empleados al IESS son: Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del patrono y del empleado (a color), copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el Ministerio de Trabajo, copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono del patrono.

- **Afiliación a la Cámara de Turismo**

Solicitud debidamente llena, copias de la Escritura de Constitución, aprobada por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil, copia de los Nombramientos del/ los Representantes Legales, inscritos en el Registro Mercantil, copia del Registro Único de Contribuyentes del establecimiento, copia de la Cédula de Identidad del/ los Representantes Legales, copia del certificado de votación del/los Representantes Legales

- **Costos de Gastos de Constitución de la Compañía**

Tabla 15: Gastos de Constitución

<b>Gastos de constitución</b>	<b>valor</b>
<b>Constitución de Compañía</b>	\$800
<b>Permisos municipales</b>	\$70
<b>Permisos Cuerpo de bomberos</b>	\$50
<b>Permiso de funcionamiento Arcsa</b>	\$229
<b>Certificado de trampa de grasa</b>	\$12,5
<b>Tasa de habilitación y control</b>	\$340
<b>Afiliación cámara de turismo</b>	\$80
<b>Total Gastos de constitución</b>	<b>\$1581,5</b>

Elaborado por: Las autoras

El total de gastos de constitución del restaurante es de \$1581.50, en donde se incluyen los valores a pagar por todos los trámites legales y afiliaciones.

## 5.6 Plan estratégico: Misión, visión y objetivos

### Misión:

Brindar la mejor experiencia gastronómica y cultural del Ecuador, deleitando a los cinco sentidos y dando a conocer la cultura ecuatoriana a turistas nacionales y extranjeros, a través de deliciosos platillos, buen ambiente, entretenimiento y servicio de calidad.

### Visión:

Ser reconocido a nivel nacional como un aporte a la difusión de la cultura ecuatoriana, ser el mejor restaurante a nivel nacional, destacándonos por nuestra originalidad, buen ambiente y excelente servicio brindado a nuestros clientes, asegurando nuestra expansión a otros sectores turísticos de la ciudad.

### Objetivos:

1. Convertirnos en la primera opción gastronómica para turistas extranjeros y nacionales dentro del primer año de operaciones, al ser el mejor restaurante de comida típica, 100% ecuatoriano que promueve la cultura y costumbres de nuestro país,
2. Experimentar un crecimiento sostenido de ingresos del negocio del 3% para cada año de vida, a través del desarrollo de un plan de marketing.
3. Colocar un nuevo local en la ciudad de Quito, la ciudad con mayor afluencia de turistas del Ecuador, para el sexto año de operaciones.
4. Recuperar la inversión realizada para el tercer año de operaciones, obteniendo una TIR del 35% al 55% para una vida útil de 5 años.
5. Ofrecer productos y servicios de calidad a precios accesibles.

6. Implantar una buena estructura organizacional, que permita a nuestra empresa atender las necesidades de nuestros clientes de manera oportuna y eficaz.

## **5.7 Análisis FODA**

### **FORTALEZAS**

- Precios más bajos en relación a los de competidores directos.
- Diversidad de platillos típicos en un solo lugar.
- Servicio con valor agregado, ya que además de deliciosos platillos, se ofrece enriquecimiento cultural a través de espectáculos, decoración, vestimentas típicas, música, etc.
- Recurso Humano altamente capacitado y comprometido con la Institución.
- Adecuada localización, ya que el restaurant estará ubicado en el barrio Las Peñas, uno de los sectores con mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

### **OPORTUNIDADES**

- No existe un competidor directo dentro de la ciudad, ya que los restaurantes y bares de esta zona ofrecen servicios similares, más no iguales.
- Los consumidores desean experimentar nuevas sensaciones, probando productos o servicios innovadores.
- Aprovechamiento de campañas como “Allyouneedis Ecuador”, del Ministerio de Turismo y “Guayaquil es mi destino, de la Dirección de Turismo

Municipal, las cuales promueven el turismo y la difusión de la cultura de nuestro país.

- El sector turístico en nuestro país representa una oportunidad para cualquier inversionista, ya que existe un crecimiento sostenido de llegadas de turistas extranjeros al país, la tasa de crecimiento ,es superior al 5%, mejor que la media mundial que está en algo más del 3%.
- Aprovechamiento de la nueva política turística que está implementando el Ministerio de Turismo para la atracción y fomento de la inversión en el sector turístico ecuatoriano, para lo cual se creó la Subsecretaría de Promoción de la Inversión, a fin de brindar todas las facilidades a los empresarios.
- Apoyo por parte de instituciones públicas, a través de créditos que otorga tanto la Corporación Financiera Nacional –CFN- y el Banco del Instituto de Seguridad Social –BIESS-

## **DEBILIDADES**

- Restaurant nuevo en el mercado.
- El proyecto requiere una inversión mayor a la de un restaurant común.
- Escasez de productos necesarios para la preparación de ciertos platos.
- No existe un posicionamiento en la mente de los consumidores.

## **AMENAZAS**

- Al ser un servicio nuevo, se corre el riesgo de que existan nuevos competidores al evidenciar el éxito del negocio.
- Existen restaurantes de comida típica, que ya se encuentran posicionados en el mercado.



## **5.8 Posicionamiento de la Empresa**

### **5.8.1 Propuesta de valor**

#### **5.8.1.1 Posicionamiento amplio**

Entre los distintos tipos de posicionamiento entre ser líderes de bajo costo, creador de nicho o tener una diferenciación de producto, hemos escogido esta última luego de la validación de mejor aspecto hacia nuestro negocio.

Diferenciación de producto: En la actualidad, los pocos restaurantes que pueden compararse a la idea de “Me Sabe a Ecuador” ofrecen una limitada oferta de servicios de alimentación de acuerdo al enfoque que le pudieran dar, teniendo un factor común de un tipo de alimento, ejemplo:

- Restaurantes de mariscos
- Restaurantes de carnes
- Asados
- Platos hechos de verde y piqueos / comida típica

Ante esto, nuestra idea de negocio se enfocará en un posicionamiento amplio combinando lo mejor de la gastronomía ecuatoriana que incluye un poco de todas las líneas en mención, de acuerdo a horarios de venta y ambientación que demos a los distintos salones.

#### **5.8.1.2 Posicionamiento específico**

El restaurante brindará un servicio de más calidad y más variedad, mejorando la oferta actual del mercado ecuatoriano, en donde se viva la experiencia de la gastronomía en un solo lugar. Esto está ligado sobre la base del usuario, quien

será el gestor y el juez de decidir qué tan buena sería la experiencia y la calidad del servicio ofrecido.

### **5.8.1.3 Posicionamiento de valor**

Se debe posicionar el valor de la marca debido a que los compradores piensan en términos del valor por el dinero, o sea de lo que CONSIGUEN por lo que PAGAN. En nuestro caso, nuestros consumidores van a recibir más por lo menos:

#### **Reciben:**

- Excelente gastronomía ecuatoriana
- Excelente atención
- Agradable ambiente
- La experiencia cultural de vivir en Ecuador.

#### **Pagan:**

- Precio competitivo frente a competidores directos.

## **CAPITULO VI: ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO**

### **6.1 Características del producto/servicio**

El restaurante turístico además de platos típicos de cada una de las regiones del país a quienes brindará un ambiente, decoración y motivos típicos de cada una de las regiones del Ecuador, dando a conocer mucho más de nuestra cultura y costumbres, y de nuestra deliciosa gastronomía.

El restaurant estará dividido en cuatro ambientes distintos además de la cafetería, en la cual, clientes podrán degustar deliciosos dulces y piqueos y bebidas típicas de cada región.

El restaurant se enfocará en ofrecer Comida Ecuatoriana de cada una de las regiones del país, Decorando y adecuando cada ambiente, de manera que el cliente pueda disfrutar del ambiente ecuatoriano que prefieran.

En cada ambiente el cliente será atendido por meseros con los trajes típicos más destacados de cada región, los mismos que deberán conocer el idioma inglés y serán capacitados de manera que conozcan tanto de la cultura y costumbres de la zona de la cual llevan el traje, así como también deberán conocer un poco de la cultura de distintos países del mundo, para que de esta manera brinden un buen servicio a nuestros clientes.

### **MENÚ**

Dentro del menú por región constan platos fuertes, bebidas y dulces o piqueos, los mismos que se detallan en los gráficos 25 al 31, ir a página 92.

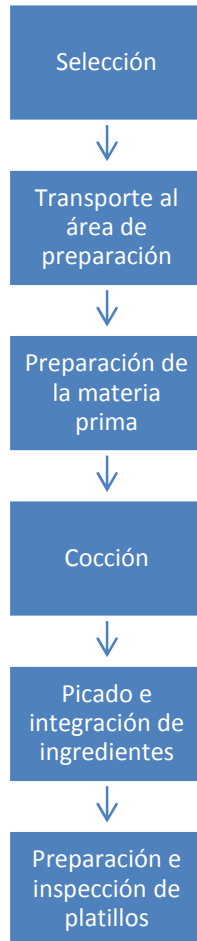
## **6.2 Proceso de producción**

### **6.2.1 Proceso de elaboración de productos**

El proceso de elaboración del menú del restaurante requiere de:

1. Ficha técnica o receta del plato: En el anexo XX se muestran los ingredientes y cantidades requeridas para la preparación de cada plato.
2. Personal de cocina: Para lo cual el restaurante cuenta con un chef y cinco ayudantes de cocina, tres de ellos para el primer turno y dos para el segundo.
3. Proceso de compras: Las materias primas deben ser de excelente calidad, en el caso de hortalizas, vegetales, frutas estas deben estar frescas por lo cual las compras se harán diariamente, en el caso de carnes las compras se realizarán semanalmente. A continuación se detalla el flujo de proceso de compras:

Tabla 16: Proceso de elaboración de productos



Elaborado por: Las autoras

4. Normas de calidad: El restaurante tendrá como normas de calidad las siguientes:
  - a) Limpieza general: La cual es uno de los pilares para evitar que los alimentos se contaminen, garantizando un producto apto para el consumo. Por lo cual la limpieza de los suelos, superficies y utensilios debe hacerse diariamente y a fondo.
  - b) Limpieza personal: El personal encargado de manipular alimentos mantendrá una higiene estricta con el fin de evitar la contaminación de los

alimentos debido a los microorganismos de los que son portadores, Para ello el personal deberá utilizar uniformes siempre limpios, cofias, mascarillas y guantes. Las manos deberán lavarse con agua caliente, jabón y cepillo para las uñas, enjuagarlas y secarlas con toallas de papel, lo cual es lo más recomendable.

El personal deberá lavarse las manos:

- Al inicio de la jornada laboral y después de cada interrupción del trabajo.
- Al tocar alimentos crudos y antes de tocar los cocinados.
- Luego de estornudar, toser o sonarse con pañuelos.
- Después de ir al baño.

Se prohíbe comer, fumar, mascar chicle durante el horario de trabajo, con el fin de evitar la transmisión de microorganismos a través de la saliva.

En caso de producirse una herida en las manos del manipulador, en caso de que esta no haya sido grave, deberá protegerla una vez que esta haya sido curada. En caso de fiebre, resfriados, el empleado deberá comunicarlo a sus superiores, los cuales decidirán bajo consulta médica si es necesaria su sustitución.

- c) Compra de ingredientes frescos.
- d) Los productos se mantendrán a una temperatura adecuada hasta que lleguen a los clientes, tanto si son fríos o calientes.

## 6.2.2 Proceso completo de abastecimiento, producción y atención al cliente

En el gráfico que se mostrará a continuación podemos apreciar el proceso de producción que encierra nuestra actividad, desde el momento en que la materia prima llega al restaurant hasta que el cliente sale del restaurante.

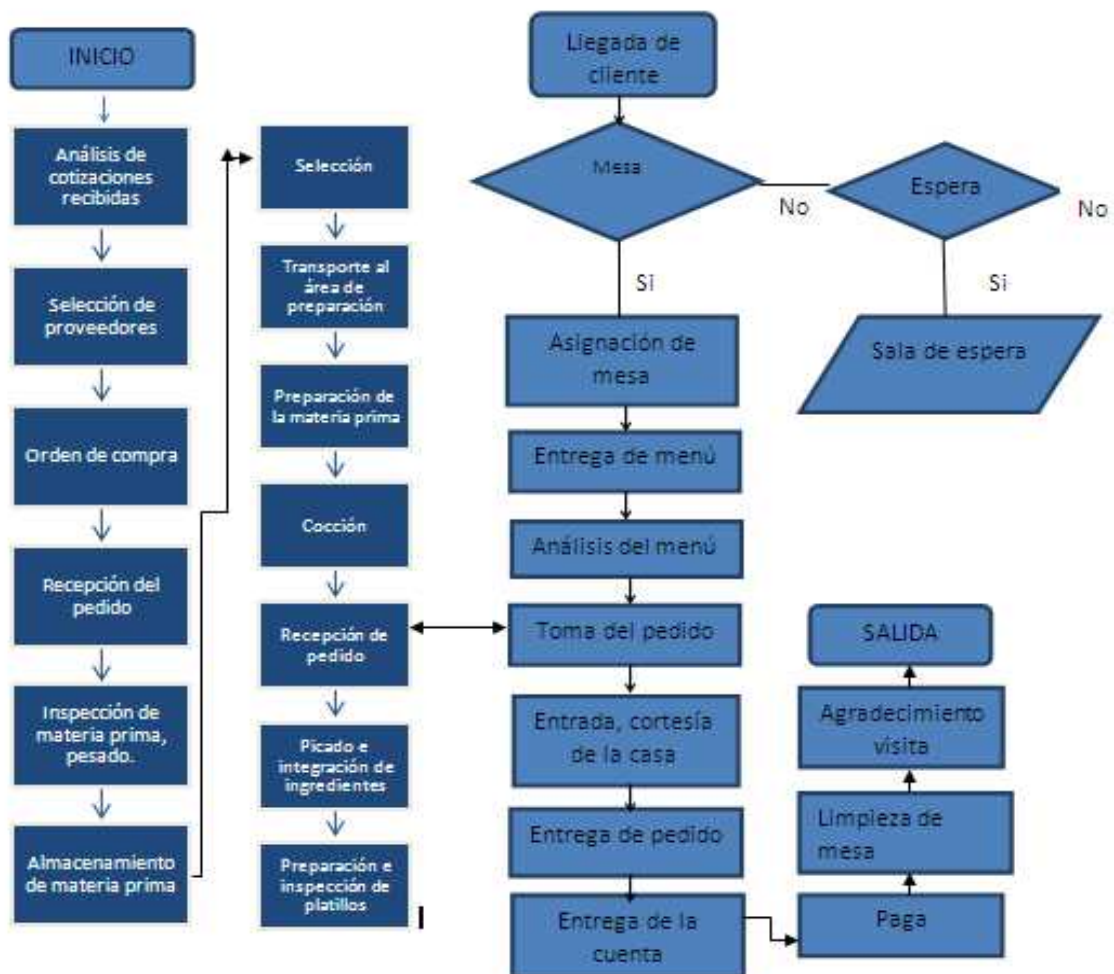


Gráfico 34: Proceso completo de abastecimiento, producción y atención al cliente

Elaborado por: Las autoras

### 6.3 Determinación del tamaño de la planta

El Restaurante estará ubicado en el centro comercial Plaza Lagos, el área total consta de 331 m<sup>2</sup>, los cuales estarán divididos de la siguiente manera: 70 m<sup>2</sup> estarán destinados al área de la cocina, bodegas y baños del personal. 225 m<sup>2</sup> que van a constituir el área del salón que estará dividido en 4 zonas (Costa, Sierra, Oriente, Insular), 6m<sup>2</sup> para el área del bar, 8m<sup>2</sup> para el área administrativa que incluye las oficinas del Gerente y administrador y la parte de Facturación en caja, el área de baños para los clientes será de 18 m<sup>2</sup> los cuales están divididos en 9m<sup>2</sup> tanto para el baño de los hombres como el de las mujeres y finalmente la zona de espera constará de 4 m<sup>2</sup>.

Tabla 17: Áreas del restaurante

Áreas del restaurante	m <sup>2</sup>	Asignación
área de cocina/bodegas/baño	70	21%
área de salón	225	68%
Area administrativa	8	2%
Área de bar	6	2%
Área de baños para clientes	18	5%
Zona de espera	4	1%
<b>Superficie total</b>	<b>331</b>	<b>100%</b>

Salón	m <sup>2</sup>
Área del salón	225
Zonas del salón	4
Área de cada zona	56

Elaborado por: Las autoras



A continuación se muestra el gráfico de la distribución de cada una de las áreas del restaurante:

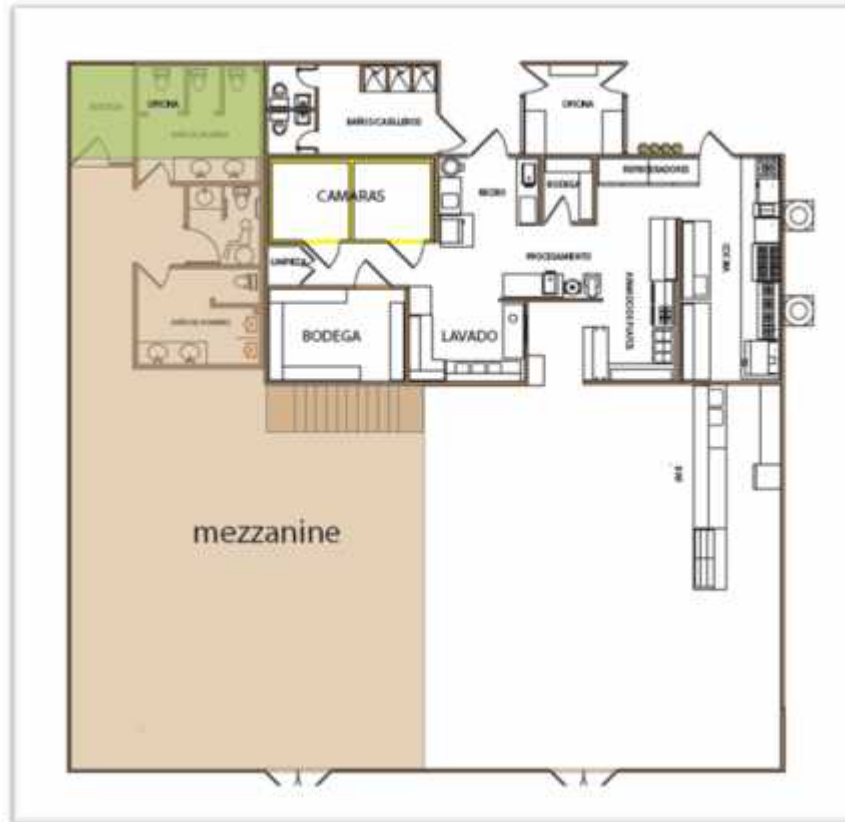


Gráfico 35: Diseño de la planta

Elaborado por: Las autoras

## 6.4 Determinación de la capacidad de la planta

El restaurante tendrá una capacidad máxima de 150 comensales por jornada. Se van a realizar tres jornadas: dos en la mañana que va de 12:00 hasta las 14:30 y una en la noche que empieza a partir de las 18:00 hasta las 23:00. El número de mesas que se colocarán en el restaurante trabajando con la capacidad máxima es de 38 mesas de 4 personas lo que significa un rango de 9

a 10 mesas por zona. La distribución de las mesas y las sillas será de forma rectangular lo que permitirá utilizar de manera más eficiente el espacio disponible en cada una de las zonas.

Tabla 18: Capacidad de la planta

Capacidad	Medidas de mesas		Medidas de Sillas
	largo	ancho	
Mesas de 4 personas	110	80	35
	110	80	35

Elaborado por: Las autoras

Tabla 19: Cálculo del carea del salón

Distribución Rectangular		
	Largo	Ancho
	Cm	Cm
Mesa	110	80
Las dos sillas	70	70
Circulación	80	80
Lado de la mesa	260	230
<b>Metros</b>	<b>2,60</b>	<b>2,3</b>

Procedimiento		
Area del salon	22,5	m de largo
	10	m de ancho
<b>22,5m/2,60 m</b>	8,65	
<b>10m/2,30m</b>	4,35	
	<b>38</b>	mesas en total
	<b>9</b>	mesas x zona

Elaborado por: Las autoras

A continuación se mostrará el porcentaje de capacidad que se espera utilizar en el transcurso del primer año tanto en la mañana como en la noche, junto con el número de clientes que se espera recibir en las jornadas antes mencionadas.

Tabla 20: Cálculo número de comensales año 1

	<b>Almuerzos</b>	<b>Cenas</b>	<b>Total</b>
<b>Capacidad máxima de comensales por turno</b>	150	150	
<b>Capacidad de rotación de comensales</b>	2	1	3
<b>Capacidad total de comensales al día</b>	300	150	450
<b>Días al año abierto</b>	308	308	
<b>Capacidad total de comensales al año</b>	86400	43200	<b>129600</b>
<b>Capacidad utilizada</b>	35%	50%	50%
<b>No de comensales promedio al día</b>	105	75	180
<b>No de comensales medio al año</b>	<b>32340</b>	<b>23100</b>	<b>55440</b>

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con la tabla 20, el número estimado de clientes que se pretende recibir si se trabajara con una capacidad del 100% es de 129.600 clientes al año. Sin embargo se ha estimado que se va a trabajar con una capacidad del 35% para la jornada de la mañana y el 50% para la jornada de la noche ya que es cuando existe una mayor afluencia de clientes. Con esta capacidad utilizada se espera recibir un promedio de 105 comensales en la mañana y 75 en la

noche, lo que hace un total de 180 clientes en todo un día y un total de 55.440 clientes al año.

## 6.5 Costo de Terreno y obras civiles

El alquiler del local en el centro comercial Plaza lagos es de \$5000 mensuales, lo que genera un gasto de alquiler anual de \$60.000. Por otro lado, el gasto por adecuaciones e instalaciones del local es de \$30.000, para lo cual se contratará a un Ingeniero Civil junto con sus ayudantes quienes serán los encargados de la remodelación del negocio.

Tabla 21: Costo de adecuación y arriendo

<b>Costo de adecuación del local</b>	<b>30.000,00</b>
--------------------------------------	------------------

### Arriendo en Plaza Lagos

Gasto de Alquiler Mensual	\$5000
<b>Gasto de Alquiler anual</b>	<b>\$60.000</b>

Elaborado por: Las autoras

## 6.6 Plan de Inversiones activos fijos

### 6.6.1 Equipos y maquinarias

Para la puesta en marcha del restaurant serán necesarios los siguientes equipos:

Tabla 22: Inversión en equipos y maquinarias

COCINA	CANT.	P.UNIT	TOTAL
COCINA BAJA DE 2 QUEMADORES DE 4 VÍAS EN ACERO INOXIDABLE	1	1200	1200
COCINA 6 QUEMADORES EN ACERO INOXIDABLE	1	1100	1100
PLANCHA FREIDORA ASADORA 90 * 70 CM	1	850	850
FREIDORAS 2 CANASTILLAS	1	1564	1564
VAPORERA PARA ARROZ 6 BANDEJAS	1	1100	1100
PARRILLA A GAS 90 *70 CM	1	1100	1100
HORNO A CONVECCION 10 LATAS	1	5000	5000
BAÑO MARÍA 3 BANDEJAS	1	1045	1045
BATIDORA	1	950	950
MESA DE AMASADO	1	1100	1100
PROCESADOR DE ALIMENTOS	1	1047	1047
EXPRIMIDOR DE CÍTRICOS	1	256	256
EXTRACTOR DE JUGOS	1	436	436
MOLINO DE CARNES	1	950	950
LICUADORA 10LT ESTÁNDAR (DE MESA)	1	317.7	317.7
FORRADO DE PARED	1	2000	2000
LICUADORA 12 LT ALTAS REVOLUCIONES (DE PISO)	1	1113.48	1113.48
<b>TOTAL AREA COCINA</b>			21129.18
<b>BODEGA</b>			
REFRIGERANTE 2 PUERTAS PANORÁMICO INTERIOR Y EXTERIOR EN ACERO INOXIDABLE	2	2800	5600
CÁMARA CONGELANTE 3*3	1	2700	2700
CÁMARA CONGELANTE 3*3	1	2700	2700
<b>TOTAL BODEGA</b>			11000
<b>BODEGA (ÁREA DE RECIBO)</b>			
BÁSCULA DE PISO	1	759	759
BÁSCULA DE MESA	1	209	209
LAVADERO DE RECIBO	1	952	952
<b>TOTAL AREA DE RECIBO</b>			1920

ÁREA DE TRABAJO	CANT.	P.UNIT	TOTAL
MESA REFRIGERADA CON BANDEJAS PARA INGREDIENTES	1	3200	3200
MESA EN ACERO INOXIDABLE PARA PREPARACION	4	850	3400
MESA PARA ARMADO DE PLATOS CON CALEFACCIÓN	1	1300	1300
<b>TOTAL AREA DE TRABAJO</b>			7900
LAVADO DE VAJILLA			
LAVADERO PARA OLLAS DE POZO AMPLIO	1	450	450
LAVADERO DE TRES POZOS PARA PLATOS	1	550	550
MESA DE RECIBO DE VAJILLAS SUCIAS	1	450	450
REPISA ESCURRIDORA DE PLATOS	1	217.82	217.82
ESTANTERÍA PARA PLATOS LIMPIOS	1	522	522
<b>TOTAL LAVADO DE VAJILLA</b>			2189.82
ÁREA DE PREALISTADOS			
PELADORA DE PAPAS 10 KILOS	1	1302	1302
LAVADERO DE POZO AMPLIO	1	450	450
MESA DE TRABAJO	1	512	512
<b>TOTAL AREA PREALISTADOS</b>			2264
SISTEMA DE EXTRACCIÓN			
CAMPANA 5 METROS CON FILTROS	1	4400	4400
EXTRACTOR DE CALOR TIPO HONGO	1	1650	1650
TURBINA PARA INYECCIÓN DE AIRE	1	750	750
<b>TOTAL SISTEMA EXTRACCIÓN</b>			6800
ÁREA DE BAR-CAFETERÍA			
VITRINA PARA POSTRES	1	2100	2100
GRANIZADORA DE 2 TANQUES	1	2500	2500
ENFRIADOR DE BOTELLAS	1	450	450
LAVADERO	1	535	535
LICUADORA TIPO BAR	1	220	220
MESA ESCURRIDORA DE VASOS	1	450	450
REFRIGERANTE PARA CERVEZAS	1	2050	2050
<b>TOTAL AREA BAR-CAFETERÍA</b>			8305
<b>TOTAL EQUIPOS</b>			61508

Elaborado por: Las autoras

## 6.6.2 Muebles y enseres

Dentro de la cuenta muebles y enseres encontramos dos tipos; los pertenecientes al área del restaurante y oficina.

Las oficinas del área administrativa tendrán: escritorios tipo tradicionales con sus respectivos archivadores, sillas giratorias simples, y una pequeña mesa de

reunión para tratar puntos sobre el desempeño de las operaciones de la empresa.

Tabla 23: Inversión Muebles y Enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorios	3	200	600
Sillas	8	25	200
Mesa de reunión	1	300	300
Cafetera	1	30	30
Dispensador de agua	1	20	20
Tachos de basura	4	3	12
Archivadores	3	150	450
<b>Total</b>			<b>1612</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES RESTAURANTE</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>			
Juego de mesa 4 personas	38	\$ 457.00	17366
Lámparas tipo farol	21	\$ 15.00	315
Cuadros, adornos artesanías			1329
Televisores lcd	4	\$ 560.00	1500
Mantelería			1350
<b>Total</b>			<b>21860</b>
<b>Total muebles y enseres</b>			<b>23472</b>

Elaborado por: Las autoras

### 6.6.3 Equipo de oficina

El área administrativa contará con las computadoras, impresoras, copiadoras necesarias para un adecuado desempeño en las funciones de la misma:

Tabla 24: Inversión Equipos de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	TOTAL
Teléfonos	3	\$ 18.00	54
Calculadoras	3	\$ 4.00	12
Copiadora	1	\$ 719.00	719
Impresoras	2	225	450
Caja registradora	1	950	950
Computadoras	3	580	1740
<b>Total</b>			<b>3925</b>

Elaborado por: Las autoras

### 6.6.4 Vehículos

La empresa contará con una camioneta para la transportación de alimentos, la misma que ha sido aportada por uno de los socios:

Tabla 25: Vehículo aportado por los socios

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	TOTAL
Camioneta	1	26000	26000
<b>Total</b>			<b>26000</b>

Elaborado por: Las autoras

### 6.6.5 Climatización

Tanto el área de salón del restaurante como la oficina contarán con climatización.

Tabla 26: Inversión en Climatización

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO	TOTAL
Aire acondicionado restaurante	4	\$ 800.00	3200
Aire acondicionado oficina	1	\$ 790.00	790
<b>Total</b>			<b>3990</b>

Elaborado por: Las autoras



## 6.6.6 Utensilios, cristalería y menaje

A continuación se detallan los utensilios de cocina necesarios para llevar a cabo los procesos dentro del área de cocina, así como la cristalería, y menaje.

Tabla 27: Inversión en utensilios, cristalería y menaje

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Ollas 16 lt	5	32	160
Ollas 24 lt	5	38	190
Moldes de pastel	5	5.3	26.5
Cuchillos	5	9.7	48.5
Tablas para picar	4	5	20
Cuchillo de sierra	2	2.9	5.8
Saca bocados	2	1.91	3.82
Sartén grande teflón	3	11.41	34.23
Paila grande en acero inoxidable	1	18	18
Destapador	2	1	2
Cernidor metal mediano	1	3.38	3.38
Cernidor metal pequeño	1	4.05	4.05
Espátula	3	5	15
Cucharon	3	3	9
Pinzas	5	2.28	11.4
Jarras de metal	3	2	6
Bowl mediano	6	4.56	27.36
Bowl grande	6	11	66
Cristalería y menaje			1860
<b>Total</b>			<b>2511.04</b>

Elaborado por: Las autoras

## 6.5.7 Adecuaciones

El presupuesto destinado a adecuación del local es de \$30000

Costo de adecuación del local	<u>30.000,00</u>
-------------------------------	------------------

## CAPÍTULO VII: ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

### 7.1 Plan de inversiones

Tabla 28: Plan de Inversiones

RESTAURANTE TÍPICO "ME SABE A ECUADOR"									
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONOMICO - FINANCIERO PROYECTOS EMPRESARIALES									
E N D O L A R E S									
INVERSIONES	Inversión	Primer	Segundo	Total	%	Total	% total	ACTIVOS FINANCIADOS	
	Existente	bimestre	bimestre	Nueva Inversión		Proyecto	Proyecto	IFI	BF
<b>Activos Fijos</b>									
Terrenos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.00
Obras civiles	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.00
Adecuaciones edificio	0.00	21,000.00	9,000.00	30,000.00	22.0%	30,000.00	18.5%	30,000.00	0.00
Maquinarias y Equipos	0.00	30,754.40	30,754.40	61,508.80	45.1%	61,508.80	37.9%	61,508.80	0.00
Vehículos	26,000.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	26,000.00	16.0%	0.00	0.00
Muebles y Enseres	0.00	7,041.60	16,430.40	23,472.00	17.2%	23,472.00	14.4%	0.00	23,472.00
Equipos de Oficina	0.00	785.00	3,140.00	3,925.00	2.9%	3,925.00	2.4%	1,273.99	2,651.01
Utensilios y menaje	0.00	0.00	2,151.04	2,151.04	1.6%	2,151.04	1.3%	0.00	2,151.04
Estudios e investigación	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.00
Climatización	0.00	1,596.00	2,394.00	3,990.00	2.9%	3,990.00	2.5%	0.00	3,990.00
Otros Activos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.00
Activos Diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.00
Deprec. Acumulada.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0%	0.00	0.0%	0.00	0.00
<b>SUB TOTAL AC. FIJOS</b>	<b>26,000.00</b>	<b>61,177.00</b>	<b>63,869.84</b>	<b>125,046.84</b>	<b>0.0%</b>	<b>151,046.84</b>	<b>0.0%</b>	<b>92,782.79</b>	<b>0.00</b>
Capital de trabajo Neto	0.00	0.00	11,454.31	11,454.31	8.4%	11,454.31	7.0%	2,768.01	8,686.30
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>26,000.00</b>	<b>61,177.00</b>	<b>75,324.15</b>	<b>136,501.15</b>	<b>100.0%</b>	<b>162,501.15</b>	<b>100.0%</b>	<b>95,550.80</b>	<b>40,950.35</b>
				<b>136,501.15</b>					

Elaborado por: Las autoras

## 7.2 Fuentes de financiamiento

Tabla 29: Fuentes de financiamiento

Financiamiento	Financiam. Existente	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Total Nueva Inversión	%	Total Financiam.	%
Inst. Financieras	0.00	61,177.00	34,373.80	95,550.80	70.0	95,550.80	58.8
Recursos Propios	26,000.00	0.00	40,950.34	40,950.34	30.0	66,950.34	41.2
<b>Total Proyecto</b>	<b>26,000.00</b>	<b>61,177.00</b>	<b>75,324.15</b>	<b>136,501.15</b>	<b>100.0</b>	<b>162,501.15</b>	<b>100.0</b>

Elaborado por: Las autoras

## 7.3 Política de cobro, pagos y existencia

Tabla 30: Política de cobros, pagos y existencias

Pol. De Cobr, Pagos y Exist. (días)	De 08 a 12-2014	De 1 a 12-2015	De 1 a 12-2016	De 1 a 12-2017	De 1 a 12-2018	De 1 a 12-2019
<b>Crédito a clientes</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Crédito de proveedores</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
<b>Servicios o Productos terminados:</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Categoría - 1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Categoría - 2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Categoría - 3</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Categoría - 4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Categoría - 5</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Productos en proceso</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>% Prod.proc./costo de fabr.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Inventario de materias primas</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Inventario de materiales</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Años de amort.diferidos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaborado por: Las autoras

## 7.4 Depreciaciones

Tabla 31: Depreciaciones de activos fijos

Item	Cuenta	Valor libro	Vida útil	%	Total
1	Terrenos	0.00	20	0	0
2	Edificios	30,000.00	20	5	0.00
3	Maquinarias y equipos	61,508.80	10	10	6,150.88
4	Muebles y enseres	23,472.00	10	10	2,347.20
5	Vehículos	12,000.00	5	20	2,400.00
6	Equipos de oficina	6,076.04	3	33.33	2,025.35
7	Climatización	3,990.00	5	20	798.00
					<b>13,721.43</b>

Elaborado por; Las autoras

Tabla 32: Depreciaciones por departamento

Departamentos	% por Dpto	Depreciaciones asumidas por Dpto
Departamento Administrativo	30	4116.428
Departamento de ventas	30	4116.428
Costos Indirectos de Fabricación	40	5488.570667
<b>Total depreciaciones año</b>		<b>13721.42667</b>

Elaborado por; Las autoras

## 7.4 Amortización

Tabla 33: Amortización préstamo institución financiera

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>			
<b>BENEFICIARIO</b>	<b>ME SABE A ECUADOR S.A.</b>		
<b>INSTIT. FINANCIERA</b>	<b>CORPORACION FINANCIERA NACIONAL</b>		
<b>MONTO USD</b>	<b>95,550.80</b>		
<b>TASA</b>	<b>11.4500%</b>	<b>T. EFECTIVA</b>	<b>12.0704%</b>
<b>PLAZO</b>	<b>5</b>	<b>años</b>	
<b>GRACIA</b>	<b>1</b>	<b>año</b>	
<b>FECHA INICIO</b>	<b>01-sep-2014</b>		
<b>MONEDA</b>	<b>DOLARES</b>		
<b>AMORTIZACION CADA</b>	<b>30</b>	<b>días</b>	
<b>NÚMEROS DE PERIODOS</b>	<b>48</b>	<b>PARA AMORTIZAR EL CAPITAL</b>	

No.	VENCIMIENTO	SALDO CAPITAL	COSTO FINANC.	AMORTIZ CAPITAL	DIVIDENDO	COS- FINAC- AÑO	AMOR- CAP- AÑO
0		95,550.80					
1	30-sep-14	95,550.80	911.71		911.71		
2	30-oct-14	95,550.80	911.71		911.71		
3	29-nov-14	95,550.80	911.71		911.71		
4	29-dic-14	95,550.80	911.71		911.71	3,646.86	
5	28-ene-15	95,550.80	911.71		911.71		
6	27-feb-15	95,550.80	911.71		911.71		
7	29-mar-15	95,550.80	911.71		911.71		
8	28-abr-15	95,550.80	911.71		911.71		
9	28-may-15	95,550.80	911.71		911.71		
10	27-jun-15	95,550.80	911.71		911.71		
11	27-jul-15	95,550.80	911.71		911.71		
12	26-ago-15	95,550.80	911.71		911.71		
13	25-sep-15	93,560.16	911.71	1,990.64	2,902.36		
14	25-oct-15	91,569.52	892.72	1,990.64	2,883.36		
15	24-nov-15	89,578.88	873.73	1,990.64	2,864.37		
16	24-dic-15	87,588.24	854.73	1,990.64	2,845.37	10,826.60	7,962.57
17	23-ene-16	85,597.59	835.74	1,990.64	2,826.38		
18	22-feb-16	83,606.95	816.74	1,990.64	2,807.39		

No.	VENCIMIENTO	SALDO CAPITAL	COSTO FINANC.	AMORTIZ CAPITAL	DIVIDENDO	COS- FINAC- AÑO	AMOR- CAP- AÑO
19	23-mar-16	81,616.31	797.75	1,990.64	2,788.39		
20	22-abr-16	79,625.67	778.76	1,990.64	2,769.40		
21	22-may-16	77,635.03	759.76	1,990.64	2,750.40		
22	21-jun-16	75,644.39	740.77	1,990.64	2,731.41		
23	21-jul-16	73,653.74	721.77	1,990.64	2,712.42		
24	20-ago-16	71,663.10	702.78	1,990.64	2,693.42		
25	19-sep-16	69,672.46	683.79	1,990.64	2,674.43		
26	19-oct-16	67,681.82	664.79	1,990.64	2,655.43		
27	18-nov-16	65,691.18	645.8	1,990.64	2,636.44		
28	18-dic-16	63,700.54	626.8	1,990.64	2,617.45	8,775.25	23,887.70
29	17-ene-17	61,709.89	607.81	1,990.64	2,598.45		
30	16-feb-17	59,719.25	588.82	1,990.64	2,579.46		
31	18-mar-17	57,728.61	569.82	1,990.64	2,560.46		
32	17-abr-17	55,737.97	550.83	1,990.64	2,541.47		
33	17-may-17	53,747.33	531.83	1,990.64	2,522.47		
34	16-jun-17	51,756.69	512.84	1,990.64	2,503.48		
35	16-jul-17	49,766.04	493.85	1,990.64	2,484.49		
37	14-sep-17	45,784.76	455.86	1,990.64	2,446.50		
38	14-oct-17	43,794.12	436.86	1,990.64	2,427.50		
39	13-nov-17	41,803.48	417.87	1,990.64	2,408.51		
40	13-dic-17	39,812.83	398.87	1,990.64	2,389.52	6,040.10	23,887.70
41	12-ene-18	37,822.19	379.88	1,990.64	2,370.52		
42	11-feb-18	35,831.55	360.89	1,990.64	2,351.53		
43	13-mar-18	33,840.91	341.89	1,990.64	2,332.53		
44	12-abr-18	31,850.27	322.9	1,990.64	2,313.54		
45	12-may-18	29,859.63	303.9	1,990.64	2,294.55		
46	11-jun-18	27,868.98	284.91	1,990.64	2,275.55		
47	11-jul-18	25,878.34	265.92	1,990.64	2,256.56		
48	10-ago-18	23,887.70	246.92	1,990.64	2,237.56		
49	09-sep-18	21,897.06	227.93	1,990.64	2,218.57		
50	09-oct-18	19,906.42	208.93	1,990.64	2,199.58		
51	08-nov-18	17,915.78	189.94	1,990.64	2,180.58		
52	08-dic-18	15,925.13	170.95	1,990.64	2,161.59	3,304.96	23,887.70
53	07-ene-19	13,934.49	151.95	1,990.64	2,142.59		
54	06-feb-19	11,943.85	132.96	1,990.64	2,123.60		
55	08-mar-19	9,953.21	113.96	1,990.64	2,104.61		
56	07-abr-19	7,962.57	94.97	1,990.64	2,085.61		
57	07-may-19	5,971.93	75.98	1,990.64	2,066.62		
58	06-jun-19	3,981.28	56.98	1,990.64	2,047.62		
59	06-jul-19	1,990.64	37.99	1,990.64	2,028.63		
60	05-ago-19	0	18.99	1,990.64	2,009.64	683.79	15,925.13
			18.99		128,828.36		

Elaborado por; Las autoras

## 7.5 Estimación de Precios

Tabla 34: Precios por categoría de producto

Clasificación	Unidad	Precio medio día	Precio noche
-	-	-	-
CATEGORIA - 1	Plato	2.50	2.50
CATEGORIA - 2	Plato	4.50	4.50
CATEGORIA - 3	Plato	7.50	7.50
CATEGORIA - 4	Plato	9.50	9.50
CATEGORIA - 5	Plato	13.00	13.00

Elaborado por; Las autoras

Tabla 35: Precios proyectados

Periodo 1 a 12-2015    Periodo 1 a 12-2016    Periodo 1 a 12-2017    Periodo 1 a 12-2018    Pe1 a 2019

Clasificación	Precio medio día	Precio noche	Precio medio día	Precio noche	Precio medio día	Precio noche	Precio medio día	Precio noche	Precio medio día	Precio noche
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CATEGORIA - 1	2.63	2.63	2.76	2.76	2.89	2.89	3.04	3.04	3.19	3.19
CATEGORIA - 2	4.73	4.73	4.96	4.96	5.21	5.21	5.47	5.47	5.74	5.74
CATEGORIA - 3	7.88	7.88	8.27	8.27	8.68	8.68	9.12	9.12	9.57	9.57
CATEGORIA - 4	9.98	9.98	10.47	10.47	11.00	11.00	11.55	11.55	12.12	12.12
CATEGORIA - 5	13.65	13.65	14.33	14.33	15.05	15.05	15.80	15.80	16.59	16.59

Elaborado por; Las autoras

## 7.6 Estimaciones de ventas

### 7.6.1 Volumen de estimado de ventas

Tabla 36: Estimaciones de ventas 2015-2017

Periodo 1 a 12-2015                      Periodo 1 a 12-2016                      Periodo 1 a 12-2017

Clasificación por precios	Unidad	Medio día	Noche	Total volumen	Medio día	Noche	Total volumen	Medio día	Noche	Total volumen
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CATEGORIA - 1	PLATOS	6,468.00	4,620.00	11,088.00	6,662.04	4,758.60	11,420.64	6,895.21	4,925.15	11,820.36
CATEGORIA - 2	PLATOS	6,468.00	4,620.00	11,088.00	6,662.04	4,758.60	11,420.64	6,895.21	4,925.15	11,820.36
CATEGORIA - 3	PLATOS	6,468.00	4,620.00	11,088.00	6,662.04	4,758.60	11,420.64	6,895.21	4,925.15	11,820.36
CATEGORIA - 4	PLATOS	6,468.00	4,620.00	11,088.00	6,662.04	4,758.60	11,420.64	6,895.21	4,925.15	11,820.36
CATEGORIA - 5	PLATOS	6,468.00	4,620.00	11,088.00	6,662.04	4,758.60	11,420.64	6,895.21	4,925.15	11,820.36
				<b>55,440.00</b>			<b>57,103.20</b>			<b>59,101.81</b>

Elaborado por; Las autoras

Tabla 37: Estimaciones de ventas 2018-2019

Periodo 1 a 12-2018                      Periodo 1 a 12-2019

Clasificación por precios	Unidad	Medio día	Noche	Total volumen	Medio día	Noche	Total volumen
-	-	-	-	-	-	-	-
CATEGORIA - 1	PLATOS	7,171.02	5,122.16	12,293.18	7,493.72	5,352.65	12,846.37
CATEGORIA - 2	PLATOS	7,171.02	5,122.16	12,293.18	7,493.72	5,352.65	12,846.37
CATEGORIA - 3	PLATOS	7,171.02	5,122.16	12,293.18	7,493.72	5,352.65	12,846.37
CATEGORIA - 4	PLATOS	7,171.02	5,122.16	12,293.18	7,493.72	5,352.65	12,846.37
CATEGORIA - 5	PLATOS	7,171.02	5,122.16	12,293.18	7,493.72	5,352.65	12,846.37
				<b>61,465.88</b>			<b>64,231.85</b>

Elaborado por; Las autoras



## 7.6.2 Ingresos estimados por ventas

Tabla 38: Ingresos estimados por ventas 2015-2016

Periodo 1 a 12-2015

Periodo 1 a 12-2016

Clasificación		Ingresos medio día	Ingresos noche	INGRESO TOTAL	Ingresos medio día	Ingresos noche	INGRESO TOTAL
-	-	-	-	-	-	-	-
CATEGORIA - 1	PLATOS	16,978.50	12,127.50	29,106.00	18,362.25	13,115.89	31,478.14
CATEGORIA - 2	PLATOS	30,561.30	21,829.50	52,390.80	33,052.05	23,608.60	56,660.65
CATEGORIA - 3	PLATOS	50,935.50	36,382.50	87,318.00	55,086.74	39,347.67	94,434.42
CATEGORIA - 4	PLATOS	64,518.30	46,084.50	110,602.80	69,776.54	49,840.39	119,616.93
CATEGORIA - 5	PLATOS	88,288.20	63,063.00	151,351.20	95,483.69	68,202.63	163,686.32
		<b>251,281.80</b>	<b>179,487.00</b>	<b>430,768.80</b>	<b>271,761.27</b>	<b>194,115.19</b>	<b>465,876.46</b>

Elaborado por; Las autoras

Tabla 39: Ingresos estimados por ventas 2017-2018

Periodo 1 a 12-2017

Periodo 1 a 12-2018

Clasificación	Unidad	Ingresos medio día	Ingresos noche	INGRESO TOTAL	Ingresos medio día	Ingresos noche	INGRESO TOTAL
-	-	-	-	-	-	-	-
CATEGORIA - 1	PLATOS	19,955.17	14,253.69	34,208.87	21,791.05	15,565.03	37,356.08
CATEGORIA - 2	PLATOS	35,919.31	25,656.65	61,575.96	39,223.89	28,017.06	67,240.95
CATEGORIA - 3	PLATOS	59,865.52	42,761.08	102,626.60	65,373.15	46,695.10	112,068.25
CATEGORIA - 4	PLATOS	75,829.66	54,164.04	129,993.70	82,805.98	59,147.13	141,953.12
CATEGORIA - 5	PLATOS	103,766.90	74,119.21	177,886.11	113,313.45	80,938.18	194,251.63
		<b>295,336.56</b>	<b>210,954.68</b>	<b>506,291.24</b>	<b>322,507.52</b>	<b>230,362.51</b>	<b>552,870.03</b>

Elaborado por; Las autoras

Tabla 40: Ingresos estimados por ventas año 2019

Clasificación	Unidades	Ingresos medio día	Ingresos noche	INGRESO TOTAL
-	-	-	-	-
CATEGORIA - 1	PLATOS	23,910.23	17,078.73	40,988.96
CATEGORIA - 2	PLATOS	43,038.41	30,741.72	73,780.13
CATEGORIA - 3	PLATOS	71,730.68	51,236.20	122,966.89
CATEGORIA - 4	PLATOS	90,858.87	64,899.19	155,758.06
CATEGORIA - 5	PLATOS	124,333.19	88,809.42	213,142.60
		<b>353,871.38</b>	<b>252,765.27</b>	<b>606,636.64</b>

Elaborado por; las autoras

Años	Ventas	Costos
2015	430768.8	254650.44
2016	465876.46	272424.53
2017	506291.24	292718.25
2018	552870.03	316462.23
2019	606636.64	343237.63

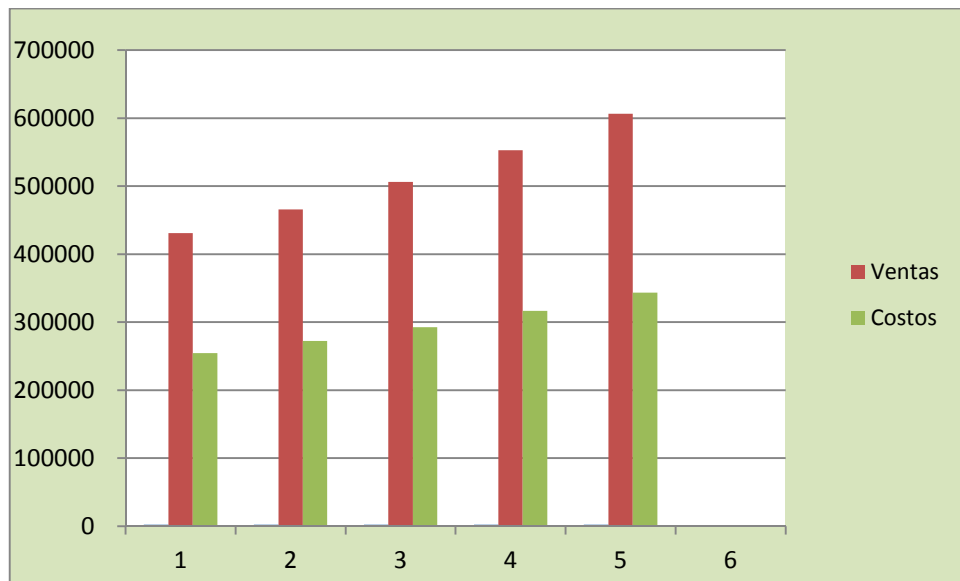


Gráfico 36: Comportamiento de costos y ventas

Elaborado por; Las autoras

## 7.6 Gastos Sueldos

### 7.6.1 Rol de pagos

Tabla 41: Rol de pagos

CARGOS	SALARIO	DÉCIMO TERCER SUELDO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	APORTES PATRONALES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL	
<b>MOD</b>								
Chef 1	1,000.00	83.33	28.33	41.67	111.50	264.83	1,264.83	
Ayudante cocina 1	500.00	41.66	28.33	20.83	55.75	146.58	646.58	
Ayudante cocina 2	500.00	41.66	28.33	20.83	55.75	146.58	646.58	
Ayudante cocina 3	500.00	41.66	28.33	20.83	55.75	146.58	646.58	
Ayudante lavado 4	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	448.74	
<b>TOTAL MOD</b>	<b>2,840.00</b>	<b>236.66</b>	<b>141.67</b>	<b>118.33</b>	<b>316.66</b>	<b>813.33</b>	<b>3,653.33</b>	<b>730.66</b>
<b>MOI</b>								
Mesero 1	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 2	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 3	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 4	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 5	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 6	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 7	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Mesero 8	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
<b>TOTAL MOI</b>	<b>2,720.00</b>	<b>226.66</b>	<b>226.67</b>	<b>113.33</b>	<b>303.28</b>	<b>869.95</b>	<b>3,669.95</b>	<b>458.74</b>
<b>VENTAS-ADMINISTRATIVO</b>								
Cajera 1	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Cajera 2	340.00	28.33	28.33	14.17	37.91	108.74	458.74	
Contador	700.00	58.33	28.33	29.17	78.05	193.88	893.88	
Administrador	900.00	75.00	28.33	37.50	100.35	241.18	770.23	
Asistente	400.00	33.33	28.33	16.67	44.60	122.93	522.93	
<b>TOTAL VTAS-ADM</b>	<b>2680.00</b>	<b>223.32</b>	<b>141.67</b>	<b>111.67</b>	<b>298.82</b>	<b>775.48</b>	<b>3104.54</b>	<b>620.9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8240.00</b>	<b>686.64</b>	<b>510.00</b>	<b>343.33</b>	<b>918.76</b>	<b>2458.76</b>	<b>10427.81</b>	

Elaborado por: Las autoras

## 7.6.2 Sueldos y salarios promedio

Tabla 42: Sueldo y salarios promedio

Personal, sueldos y salarios		De 1 A 12-2015	De 1 A 12-2016	De 1 A 12-2017	De 1 A 12-2018	De 1 A 12-2019
No. obreros M.O.D.		5	5	5	5	5
No. obreros M.O.I.		8	8	8	8	8
No. empleados ventas		2	2	2	2	2
No. empleados administración		3	3	3	3	3
Sueldo Prom. mensual M.O.D.	(DÓLARES)	730.66	774.50	828.71	895.01	966.61
Sueldo Prom. mensual M.O.I.	(DÓLARES)	458.74	486.26	520.30	561.93	606.88
Sueldo Prom. men. vtas. admin.	(DÓLARES)	620.90	658.15	704.22	760.56	821.41
(%) Beneficios Sociales		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Número de acciones						
Precio nominal		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Precio de mercado		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Largo plazo		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Elaborado por; Las autoras

## 7.7 Costo de Materia prima y materiales indirectos

Tabla 43: Costo materias primas y materiales indirectos

COSTO UNID.						
CATEGORIA - 1	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DÓLARES	COSTO X PROD.	% PARTICIP.	COS VS PRECIO
-	-	-	-	-	-	-
Materia prima 1	LIBRA	0.333	0.9	0.3	0.58	
Materia prima 2	LIBRA	0.03	1.5	0.05	0.1	
Materia prima 3	LIBRA	0.25	0.5	0.125	0.24	
Materia prima 4	LIBRA	0.1	0.5	0.05	0.1	
				-	-	-
<b>COS. TOTAL MAT. PRIMAS X PROD.</b>				<b>0.52</b>	<b>1.02</b>	<b>0.21</b>

COSTO UNID.						
CATEGORIA - 2	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DÓLARES	COSTO X PROD.	% PARTICIP.	COS VS PRECIO
-	-	-	-	-	-	-
Materia prima 1	LIBRA	0.33	3	1	0.73	
Materia prima 2	LIBRA	0.25	0.6	0.15	0.11	
Materia prima 3	UNIDAD	0.33	0.15	0.05	0.04	
Materia prima 4	X	0.25	0.6	0.17	0.12	
<b>COS. TOTAL MAT. PRIMAS X PROD.</b>				<b>1.37</b>	<b>1</b>	<b>0.3</b>
COSTO UNID.						
CATEGORIA - 3	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DÓLARES	COSTO X PROD.	% PARTICIP.	COS VS PRECIO
-	-	-	-	-	-	-
Materia prima 1	LIBRA	0.5	1.7	0.85	0.33	
Materia prima 2	LIBRA	0.25	2.3	0.58	0.22	
Materia prima 3	UNIDAD	0.33	0.6	0.2	0.08	
Materia prima 4	X	0.25	3.7	0.93	0.36	
<b>COS. TOTAL MAT. PRIMAS X PROD.</b>				<b>2.56</b>	<b>1</b>	<b>0.34</b>
COSTO UNID.						
CATEGORIA - 4	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DÓLARES	COSTO X PROD.	% PARTICIP.	COS VS PRECIO
-	-	-	-	-	-	-
Materia prima 1	LIBRA	0.75	2.7	2.03	0.62	
Materia prima 2	LIBRA	0.25	2.4	0.6	0.18	
Materia prima 3	LIBRA	0.33	0.6	0.2	0.06	
Materia prima 4	LIBRA	0.25	1.9	0.47	0.14	
				-	-	-
<b>COS. TOTAL MAT. PRIMAS X PROD.</b>				<b>3.3</b>	<b>1</b>	<b>0.35</b>

COSTO UNID.						
CATEGORIA - 5	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DÓLARES	COSTO X PROD.	% PARTICIP.	COS VS PRECIO
-	-	-	-	-	-	-
Materia prima 1	LIBRA	0.5	7	3.5	0.75	
Materia prima 2	UNIDAD	0.17	2.5	0.42	0.09	
Materia prima 3	UNIDAD	0.14	3.1	0.44	0.1	
Materia prima 4	X	0.25	1.2	0.3	0.06	
				-	-	-
<b>COS. TOTAL MAT. PRIMAS X PROD.</b>				<b>4.66</b>	<b>1</b>	<b>0.36</b>

Materiales indirectos (Tarrinas)	COSTO UNITARIO
	0.07

Elaborado por: Las autoras

## 7.8 Gastos de Administración, Ventas y Costos indirectos de fabricación

Tabla 44: Gastos administrativos, de ventas y costos indirectos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1 a 12-2015	1 a 12-2016	1 a 12-2017	1 a 12-2018	1 a 12-2019
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	22,352.40	23,693.54	25,352.09	27,380.26	29,570.68
Gastos de oficina	1,200.00	1,242.00	1,285.47	1,330.46	1,377.03
Uniformes	448.00	463.68	479.91	496.71	514.09
Cuotas y suscripciones	80.00	82.80	85.70	88.70	91.80
Arriendos	60,000.00	62,100.00	64,273.50	66,523.07	68,851.38
Gastos legales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Contribuciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	<b>84,080.40</b>	<b>87,582.02</b>	<b>91,476.67</b>	<b>95,819.20</b>	<b>100,404.98</b>

<b>Gastos que no representan desembolso:</b>					
Depreciaciones	4,116.43	4,116.43	4,116.43	4,116.43	4,116.43
Amortizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

**Total Gastos de Administración**                      **88,196.83    91,698.45    95,593.10    99,935.62    104,521.41**

<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>1 a 12-2015</b>	<b>1 a 12-2015</b>	<b>1 a 12-2015</b>	<b>1 a 12-2015</b>	<b>1 a 12-2015</b>
Gastos que representan desembolso:					
Remuneraciones	14,901.60	15,795.70	16,901.39	18,253.51	19,713.79
Comisiones sobre ventas %	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Propaganda y publicidad	6,000.00	6,210.00	6,427.35	6,652.31	6,885.14
Viajes y representaciones/comunicaciones exterior	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de transporte	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

-                      -                      -                      -                      -

20,901.60    22,005.70    23,328.74    24,905.81    26,598.92

<b>Gastos que no representan desembolso:</b>					
Depreciaciones	4,116.43	4,116.43	4,116.43	4,116.43	4,116.43

**Total Gasto de Ventas**                      **25,018.03    26,122.12    27,445.17    29,022.24    30,715.35**

### **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Gastos que representan desembolso:

Mano de obra indirecta	44,039.36	46,681.72	49,949.44	53,945.40	58,261.03
Materiales Indirectos	3,891.90	4,197.49	4,344.47	4,517.74	4,721.61
Agua	2,400.00	2,484.00	2,570.94	2,660.92	2,754.06
Energía Eléctrica	5,400.00	5,589.00	5,784.62	5,987.08	6,196.62
Combustible	360.00	372.60	385.64	399.14	413.11
Seguros	4,804.05	4,972.19	5,146.22	5,326.34	5,512.76
Reparación y Mantenimiento	5,816.49	6,020.07	6,230.77	6,448.85	6,674.56
Telefono e internet	1,440.00	1,490.40	1,542.56	1,596.55	1,652.43
Imprevistos %	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

68,151.81    71,807.48    75,954.66    80,882.02    86,186.17

<b>Gastos que no representan desembolso:</b>					
Depreciaciones	5,488.57	5,488.57	5,488.57	5,488.57	5,488.57

**Total CIF** 73,640.38 77,296.05 81,443.23 86,370.59 91,674.74

Elaborado por: Las autoras

## 7.9 Estados Financieros

### 7.9.1 Estado de Pérdidas y ganancias

Tabla 45: Estado de Pérdidas y Ganancias

	DE 1 A 12-2015		DE 1 A 12-2016		DE 1 A 12-2017		DE 1 A 12-2018		DE 1 A 12-2019		
	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	MONTO	%	
Ventas Netas	430,768.80	100.00	465,876.46	100.00	506,291.24	100.00	552,870.03	100.00	606,636.64	100.00	
Costo de ventas	254,661.08	59.12	272,426.21	58.46	292,718.97	57.82	316,453.02	57.24	343,238.48	56.58	
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>176,117.72</b>	<b>40.88</b>	<b>193,450.25</b>	<b>41.52</b>	<b>213,572.27</b>	<b>42.18</b>	<b>236,417.02</b>	<b>42.76</b>	<b>263,398.17</b>	<b>43.42</b>	
Gastos de ventas	25,018.03	5.81	26,122.12	5.61	27,446.17	5.42	29,022.24	5.25	30,715.35	5.06	
Gastos de administración	88,196.83	20.47	91,598.46	19.66	96,593.10	18.88	99,935.62	18.08	104,521.41	17.23	
<b>UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL</b>	<b>62,902.86</b>	<b>14.60</b>	<b>75,730.67</b>	<b>16.23</b>	<b>90,534.00</b>	<b>17.88</b>	<b>107,449.15</b>	<b>19.43</b>	<b>128,161.41</b>	<b>21.13</b>	
Gastos financieros	14,473.46	3.35	8,775.25	1.88	6,040.10	1.19	3,304.96	0.60	683.79	0.11	
Amortización diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Otros ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Otros egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
<b>UTILIDAD (PERD.) ANTES PARTICIPACIÓN</b>	<b>48,429.40</b>	<b>11.24</b>	<b>66,955.43</b>	<b>14.38</b>	<b>84,493.89</b>	<b>16.69</b>	<b>104,144.19</b>	<b>18.84</b>	<b>127,477.62</b>	<b>21.01</b>	
15% Participación utilidades	7,264.41	1.69	10,028.31	2.15	12,574.08	2.50	15,621.63	2.83	19,121.64	3.15	
<b>UTIL. (PERD.) ANTES IMP. RENTA</b>	<b>41,164.99</b>	<b>9.66</b>	<b>56,927.11</b>	<b>12.20</b>	<b>71,919.81</b>	<b>14.19</b>	<b>88,522.56</b>	<b>15.81</b>	<b>108,356.98</b>	<b>17.86</b>	
Impuesto a la renta %	22.00	9,056.30	2.10	12,501.96	2.68	15,300.36	3.12	19,474.55	3.52	23,838.22	3.93
<b>UTILIDAD (PERDIDA) NETA</b>	<b>32,108.70</b>	<b>7.45</b>	<b>44,325.15</b>	<b>9.51</b>	<b>56,019.45</b>	<b>11.06</b>	<b>69,047.60</b>	<b>12.49</b>	<b>84,517.66</b>	<b>13.93</b>	
<b>RESERVA LEGAL</b>	<b>3,210.37</b>		<b>4,432.51</b>		<b>5,601.95</b>		<b>6,904.76</b>		<b>8,451.77</b>		
	32,108.70		44,325.15		56,019.45		69,047.60		84,517.66		

Elaborado por: Las autoras



## 7.9.2 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 46: Flujo de caja proyectado

<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>Per. preoper.</b>	<b>DE 1 A 12-2015</b>	<b>DE 1 A 12-2016</b>	<b>DE 1 A 12-2017</b>	<b>DE 1 A 12-2018</b>	<b>DE 1 A 12-2019</b>
Recuperación por ventas	0.00	428,375.64	465,681.41	506,066.71	552,611.26	606,337.94
	-	-	-	-	-	-
	<b>0.00</b>	<b>428,375.64</b>	<b>465,681.41</b>	<b>506,066.71</b>	<b>552,611.26</b>	<b>606,337.94</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Pago a proveedores	0.00	142,310.05	152,970.56	166,012.79	180,851.28	198,410.93
Mano de obra directa	0.00	43,839.92	46,470.32	49,723.24	53,701.10	57,997.18
Mano de obra indirecta	0.00	44,039.36	46,681.72	49,949.44	53,945.40	58,261.03
Gastos de ventas	0.00	20,901.60	22,005.70	23,328.74	24,905.81	26,598.92
Gastos de administración	0.00	84,080.40	87,582.02	91,476.67	95,819.20	100,404.98
Gastos de fabricación	0.00	20,220.54	20,928.26	21,660.75	22,418.88	23,203.54
	-	-	-	-	-	-
	<b>0.00</b>	<b>355,391.87</b>	<b>376,638.58</b>	<b>402,151.63</b>	<b>431,641.66</b>	<b>464,876.58</b>
	-	-	-	-	-	-
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>0.00</b>	<b>72,983.77</b>	<b>89,042.84</b>	<b>103,915.08</b>	<b>120,969.60</b>	<b>141,461.36</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Créditos a contratarse a corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Créditos a contratarse a largo plazo	95,550.80	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Aportes futuras capitalizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Aportes de capital	40,950.34	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de invers temporales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Recuperación de otros activos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>136,501.15</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago de intereses	0.00	14,473.46	8,775.25	6,040.10	3,304.96	683.79
Pago de créditos de corto plazo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pago de créditos de largo plazo	0.00	0.00	7,962.57	23,887.70	23,887.70	23,887.70
Pago participación de utilidades	0.00	0.00	7,264.41	10,028.31	12,674.08	15,621.63
Pago de impuestos	0.00	0.00	9,056.30	12,501.96	15,800.36	19,474.96
Reparto de dividendos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Adquisición de inversiones temporales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Adquisición de activos fijos:						
Terrenos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Remodelaciones	30,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Maquinarias y equipos	61,508.80	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Muebles y enseres	23,472.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Vehículos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Equipos de oficina	6,076.04	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Climatización	3,990.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Otros egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cargos diferidos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total</b>	<b>125,046.84</b>	<b>14,473.46</b>	<b>33,058.52</b>	<b>52,458.08</b>	<b>55,667.11</b>	<b>59,668.08</b>

<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>11,454.31</b>	<b>-14,473.46</b>	<b>-33,058.52</b>	<b>-52,458.08</b>	<b>-55,667.11</b>	<b>-59,668.08</b>
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	11,454.31	58,510.31	55,984.32	51,456.99	65,302.50	81,793.28
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0.00	11,454.31	69,964.62	125,948.93	177,405.93	242,708.42
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (GHQ)</b>	<b>11,454.31</b>	<b>69,964.62</b>	<b>125,948.93</b>	<b>177,405.93</b>	<b>242,708.42</b>	<b>324,501.70</b>
	<b>56.50</b>	<b>282.87</b>	<b>436.33</b>	<b>527.95</b>	<b>722.29</b>	<b>825.81</b>

Elaborado por: Las autoras

### 7.9.3 Balance general

Tabla 47: Balance General proyectado 2015-2019

ACTIVOS FIJOS		DE 08 A 12 2014	DE 1 A 12 2015	DE 1 A 12 2016	DE 1 A 12 2017	DE 1 A 12 2018	DE 1 A 12 2019
Terrenos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Edificios	0.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
Maquinarias y equipos	0.00	61,508.80	61,508.80	61,508.80	61,508.80	61,508.80	61,508.80
Muebles y enseres	0.00	23,472.00	23,472.00	23,472.00	23,472.00	23,472.00	23,472.00
Vehículos	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00	26,000.00
Equipos de oficina	0.00	6,076.04	6,076.04	6,076.04	6,076.04	6,076.04	6,076.04
Climatización	0.00	3,990.00	3,990.00	3,990.00	3,990.00	3,990.00	3,990.00
	26,000.00	151,046.84	151,046.84	151,046.84	151,046.84	151,046.84	151,046.84

(-) depreciaciones	0.00	0.00	13,721.43	27,442.85	41,164.28	50,769.28	60,374.28
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>26,000.00</b>	<b>151,046.84</b>	<b>137,325.41</b>	<b>123,603.99</b>	<b>109,882.56</b>	<b>100,277.56</b>	<b>90,672.56</b>

	-	-	-	-	-	-	-
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>							
Caja y bancos	0.00	11,454.31	69,964.62	125,948.93	177,405.93	242,708.42	324,501.70
Ctas. Y doc. por cobrar comerciales	0.00	0.00	2,393.16	2,588.20	2,812.73	3,071.50	3,370.20
Inventarios:							
Productos terminados	0.00	0.00	709.33	756.87	813.26	879.25	953.65
Productos en proceso	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Materias primas	0.00	0.00	1,652.29	1,795.65	1,960.64	1,960.64	2,151.57
Materiales y suministros	0.00	0.00	81.62	84.48	87.84	87.84	91.81
Otros inventarios	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>0.00</b>	<b>11,454.31</b>	<b>74,801.02</b>	<b>131,174.13</b>	<b>183,080.40</b>	<b>248,707.65</b>	<b>331,068.93</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO NETO</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>26,000.00</b>	<b>162,501.15</b>	<b>212,126.43</b>	<b>254,778.12</b>	<b>292,962.96</b>	<b>348,985.21</b>	<b>421,741.49</b>

PASIVO CORRIENTE							
Obligaciones bancarias	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Porción corriente deuda Largo Plazo	0.00	0.00	7,962.57	23,887.70	23,887.70	23,887.70	15,925.13
Ctas. y doc por pagar proveedores	0.00	0.00	1,195.88	1,275.42	1,384.35	1,508.13	1,654.65
Gastos acumulados por pagar	0.00	0.00	16,320.71	22,530.28	28,474.44	35,096.59	42,959.96
<b>TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>25,479.16</b>	<b>47,693.40</b>	<b>53,746.49</b>	<b>60,492.42</b>	<b>60,539.74</b>
Créditos largo plazo	0.00	95,550.80	87,588.24	63,700.54	39,812.83	15,925.13	0.00
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>0.00</b>	<b>95,550.80</b>	<b>113,067.40</b>	<b>111,393.93</b>	<b>93,559.32</b>	<b>76,417.55</b>	<b>60,539.74</b>
PATRIMONIO							
Capital Social pagado	26,000.00	66,950.34	66,950.34	66,950.34	66,950.34	66,950.34	66,950.34
Reserva Legal	0.00	0.00	0.00	3,210.87	7,643.38	13,245.33	20,150.09
Futuras capitalizaciones	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad (pérdida) retenida	0.00	0.00	0.00	28,897.83	68,790.46	119,207.96	181,350.80
Utilidad (pérdida) neta	0.00	0.00	32,108.70	44,325.15	56,019.45	69,047.60	84,517.66
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>26,000.00</b>	<b>66,950.34</b>	<b>99,059.04</b>	<b>143,384.19</b>	<b>199,403.64</b>	<b>268,451.23</b>	<b>352,968.90</b>
<b>TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>26,000.00</b>	<b>162,501.15</b>	<b>212,126.43</b>	<b>254,778.12</b>	<b>292,962.96</b>	<b>348,985.21</b>	<b>421,741.49</b>
<b>DIFERENCIA</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>

Elaborado por; Las autoras

## 7.9.4 Tasa Interna de Retorno (TIR) Financiera y Valor Actual Neto (VAN)

Tabla 48: Flujo de fondos proyectado a 10 años

FLUJO DE FONDOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4/9	Año 10
Inversión Fija	153.546,84	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión Diferida	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otras inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Operacional (egresos) ingresos	0,00	72.984,41	89.043,52	103.915,80	120.970,39	120.970,39
Valor de Recuperación:						
Inversión fija	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Excedentes operacionales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	120.970,39
Otras inversiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	-	-	-	-	-	-
Flujo Neto (Precios corrientes)	153.546,84	72.984,41	89.043,52	103.915,80	120.970,39	241.940,77
Flujo Neto (Precios Constantes)	153.546,84	72.984,41	89.043,52	103.915,80	120.970,39	241.940,77
TIRF:52.07%						
VAN: 263.376,05						

Elaborado por las autoras

## 7.9.5 Punto de Equilibrio

Tabla 49: Determinación del punto de equilibrio

	DE 08 A 12-2014	DE 1 A 12-2015	DE 1 A 12-2016	DE 1 A 12-2017	DE 1 A 12-2018
A.- INCLUYENDO EL SERVICIO DE LA DEUDA	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4
Nivel de ventas al punto de equilibrio	0,00	191.079,15	204.411,90	220.617,86	239.725,01
Porcentaje respecto a las ventas estimadas	0,00	0,44	0,44	0,44	0,43

Elaborado por las autoras

## 7.9.6 Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC)

Tabla 50: Costo Promedio Ponderado de Capital

Fuente de financiamiento	Monto	Proporción total	Costo Financiero	Impuesto a la Renta	Costo después SRI	CPPC
Inst. Financiera	96.011,18	59%	11,45%	22%	8,93%	5,3%
Capital propio	67.147,65	41%	28,00%	0	28,0%	11,5%
<b>Total Financiamiento</b>	<b>163.158,84</b>	<b>100%</b>				<b>16,78%</b>

Elaborado por las autoras

## 7.9.7 Relación Costo-Beneficio

Tabla 51: Relación Costo Beneficio

Años	2015	2016	2017	2018	2019	Total	VPN
Ingresos	428.375,64	465.681,41	506.066,71	552.611,26	606.337,94	<b>2.559.072,97</b>	<b>1.809.171,79</b>
Costos	355.391,23	376.637,90	402.150,91	431.640,88	464.875,74	<b>2.030.696,66</b>	<b>1.441.908,66</b>

Elaborado por las autoras

**COSTO/BENEFICIO 1,25**

## 7.9.8 Capital de Trabajo

Tabla 52: Capital de Trabajo

COST.MAT.PR.	%CONS PLATO	PLAT. CONSUMIDOS	\$ MAT. PRIMA
\$0,52	0,25	1155	\$596,15
\$1,36	0,26	1201,2	\$1.634,20
\$2,56	0,21	970,2	\$2.487,59
\$3,30	0,18	831,6	\$2.741,55
\$4,66	0,1	462	\$2.152,50
		4620	<b>\$9.612,00</b>

Elaborado por las autoras

## 7.9.9 Periodo de Recuperación de la Inversión

Tal como podemos apreciar en la tabla 53, la inversión será recuperada al tercer año de operaciones,

Tabla 53: Pay Back

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-	\$163.158,84	\$90.174,43	-\$ 1.130,91	\$102.784,89	\$223.755,28
\$163.158,84	\$ 72.984,41	\$89.043,52	\$103.915,80	\$120.970,39	\$120.970,39
-\$ 90.174,43	-\$ 1.130,91	\$102.784,89	\$223.755,28	\$344.725,66	

Elaborado por las autoras

## 7.9.10 Comparación de escenarios (Optimista y pesimista)

Tabla 54: Comparación de escenarios

Escenarios	VARIABLES MODIFICADAS	INCREMENTO
Optimista	Ventas	5%
Pesimista	Costo de Materias primas	2 puntos
	Sueldos y salarios	2 puntos
	Costo Financiero	1%
	Mano de obra (empleado)	1

Indices a comparar	Escenario normal	Escenario optimista	Escenario pesimista
TIR	52,07%	78,00%	41,64%
CPPC	16,78%	16,78%	17,24%
C/B	1,25	1,34	1,19
VAN	\$263.376,05	\$ 436.163,86	\$175.019,60

Elaborado por las autoras

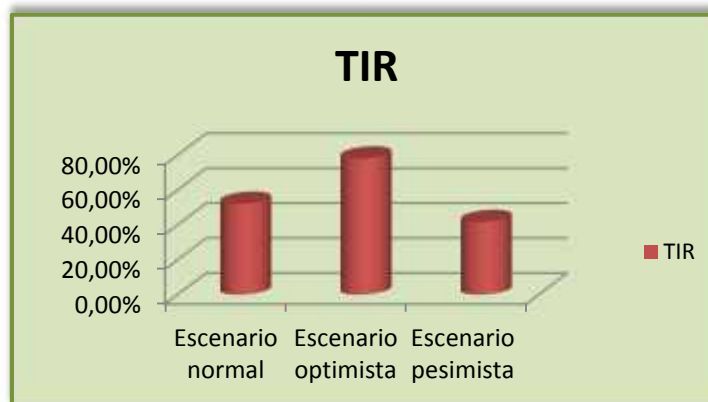


Gráfico 37: Histograma comparación de la tasa interna de retorno (TIR)

Elaborado por: Las autoras



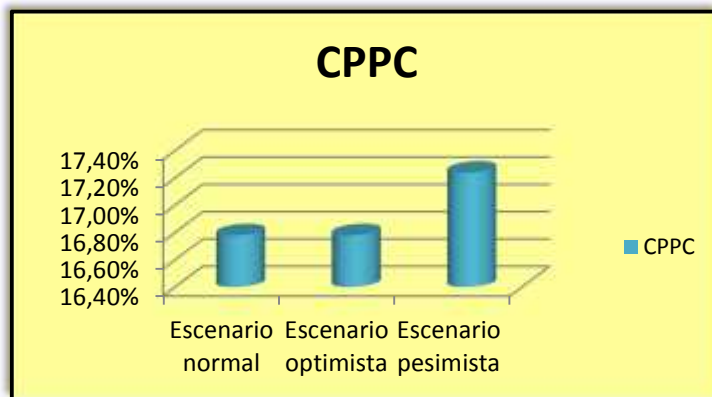


Gráfico 38: Histograma comparación del Costo promedio ponderado del capital (CPPC)

Elaborado por: Las autoras

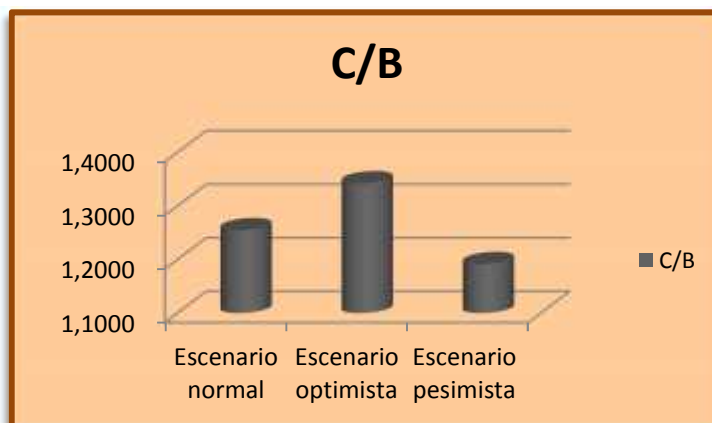


Gráfico 39: Histograma comparación Costo beneficio

Elaborado por: Las autoras

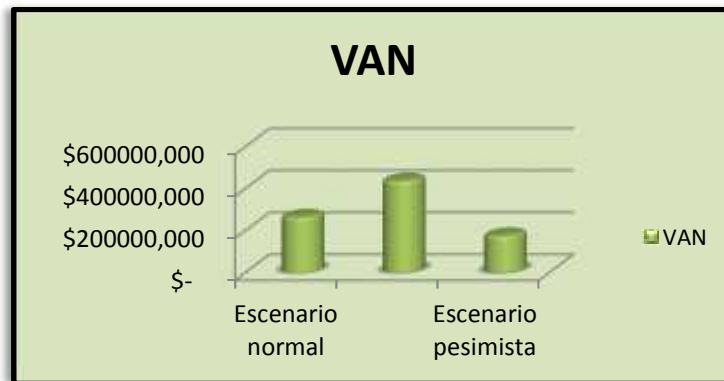


Gráfico 40: Histograma comparación del VAN en tres escenarios

Elaborado por: Las autoras

## 7.9.11 Reparación y Mantenimiento

Tabla 55: Reparación y Mantenimiento

Item	Cuenta	Valor libro	%	Total
1	Terrenos	0,00	0	0
2	Edificios	30.000,00	4%	1.200,00
3	Maquinarias y equipos	61.508,80	4%	2.460,35
4	Muebles y enseres	23.472,00	5%	1.173,60
5	Vehículos	12.000,00	4,5%	540,00
6	Equipos de oficina	6.076,04	4%	243,04
7	Climatización	3.990,00	5%	199,50
				<b>5.816,49</b>

Elaborado por las autoras

## 7.9.12 Seguros

Tabla 56: Seguros

Item	Cuenta	Valor libro	%	Total
1	Terrenos	0,00	0	0
2	Edificios	30.000,00	3%	900,00
3	Maquinarias y equipos	61.508,80	3,5%	2.152,81
4	Muebles y enseres	23.472,00	4%	938,88
5	Vehículos	12.000,00	4,0%	480,00
6	Equipos de oficina	6.076,04	3,5%	212,66
7	Climatización	3.990,00	3%	119,70
				<b>4.804,05</b>

Elaborado por las autoras

## CONCLUSIONES

Todos estos resultados positivos tanto del estudio de mercado como el análisis financiero, nos han permitido alcanzar nuestros objetivos y corroborar la factibilidad de implementar un restaurante de comida ecuatoriana ambientado en las regiones del Ecuador dentro de la ciudad de Guayaquil, Los resultados muestran que este negocio tendrá una buena acogida por parte de los turistas y residentes de la ciudad que se encuentran en busca de un lugar en donde puedan disfrutar de un servicio distinto, creativo y que reúna toda la diversidad del Ecuador en un solo lugar.

El proyecto requiere una inversión inicial de \$162,501.15, de los cuales \$95,550.80 serán financiados mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, y se utilizará para la adecuación del restaurante, adquisición de equipos y maquinarias, equipos de oficina y materias primas para el primer mes de operaciones, \$ 66,950.34

El proyecto tiene una TIR y una VAN que demuestran que el proyecto es rentable, la inversión puede ser recuperada en el tercer año de operaciones, todos estos indicadores lo hacen un proyecto atractivo.

No tiene un impacto fuerte sobre el medio ambiente, y genera un beneficio social significativo, debido a la generación de plazas de empleo y fomento del turismo en la ciudad.

## RECOMENDACIONES

A continuación, planteamos una serie de recomendaciones necesarias para asegurar el éxito del proyecto, las cuales se considerarán durante la puesta en marcha, realizando evaluaciones periódicas para una posterior retroalimentación.

Se recomienda que se controle la rotación de cada uno de los platos del menú, para tener conocimiento de los productos que los clientes demandan con mayor frecuencia, con el objetivo de ir mermando aquellos que no se consumen e innovando con nuevos platillos.

Continuar perfeccionando el plan de marketing, el cual será esencial para nuestro posicionamiento en la mente del cliente, como un restaurante que ofrece además de productos de calidad, variedad en sus platillos y sobre todo innovación, fomentando la gastronomía de nuestro país de manera original.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ecuador se proyecta como destino turístico internacional para 2014. (2014, January 13). *El Telégrafo*.

Ecuador será una potencia turística, dice Rafael Correa. (2014, April 11). *El Universo*.

Garzosi, J. (2012, Enero 1). Guayaquil turismo información, lugares turísticos. Recuperado en Junio 21, 2014, de [http://www.suitesguayaquil.com/lo\\_nuevo\\_de\\_guayaquil.html](http://www.suitesguayaquil.com/lo_nuevo_de_guayaquil.html)

Guayaquil con más establecimientos económicos en el país. (2011, August 8). *Diario Hoy*.

Guayaquil pelea primer lugar como destino de ecuatorianos. (2014, July 24). *Expreso*

Guayaquil seduce cada vez más a turistas extranjeros. (2013, June 22). *El Universo*

HoritzoGrup (2012). Rutas Gastronómicas del Ecuador. Recuperado en Agosto 15, 2014 de <http://www.guiagastronomicaecuador.com/index.php/cocina-y-personajes-4/21-rutas-gastronomicas/33-vistazo-gastronomico-ecuador.html>

León, E. (2014, Marzo). Nace la Sociedad Ecuatoriana de Gastronomía. Recuperado en Agosto 15, 2014 de <http://www.turismo.gob.ec/nace-la-sociedad-ecuatoriana-de-gastronomia/>

Nuñez, J. (2010). Cocina ecuatoriana. Recuperado en Junio 8, 2014, de [http://www.ecuaworld.com.ec/cocina\\_ecuatoriana.htm](http://www.ecuaworld.com.ec/cocina_ecuatoriana.htm).

Pergament, D. (2014, Enero 26). 52 Places to Go in 2014. *The New York Times*.

## **BIBLIOGRAFÍA**

<http://es.slideshare.net/krlie/pimte2014-edicionturismointerno>

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

<http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/228/1/PROYECTO%20BAR%20RESTAURANTE%20EL%20TREBOL.pdf>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/hoteles-restaurantes-y-servicios/>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/hoteles-restaurantes-y-servicios/>

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

<http://ricardomedinao.wordpress.com/2013/06/13/estadisticas-de-turismo-del-ecuador-2/>

[http://www.captur.travel/web2011/noticias\\_camara/documents/MORICEDASSUM2.pdf](http://www.captur.travel/web2011/noticias_camara/documents/MORICEDASSUM2.pdf)

[http://www.captur.travel/web2011/estadisticas\\_turisticas/estadistica.html](http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html)

<http://guiaosc.org/cuales-son-los-requisitos-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento-del-cuerpo-de-bomberos/>

<http://ecuadorcostaaventura.com/gastronomia.html>

<http://www.incoeba.com/blog/los-9-permisos-que-necesitas-para-que-tu-restaurante-pueda-operar-en-guayaquil>

<http://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-desarrolla-campana-de-registro-a-establecimientos-turisticos/>

<http://www.salud.gob.ec/permiso-de-funcionamiento-de-locales/>

<http://www.guayaquil.gov.ec/content/requisitos-para-obtener-la-tasa-de-habilitaci%C3%B3n>

<http://www.turismo.gob.ec/nace-la-sociedad-ecuatoriana-de-gastronomia/>



## ANEXOS

### Anexo 1: Modelos de Encuestas

#### MODELO DE LA ENCUESTA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

#### FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

#### Restaurante “ME SABE A ECUADOR”

Somos estudiantes de la UCSG y la siguiente encuesta es para determina la factibilidad de implementar un restaurante de comida típica ambientado en las cuatro regiones del Ecuador en la ciudad de Guayaquil. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su gentil colaboración.

#### ENCUESTA A TURISTAS NACIONALES

**1. ¿Qué edad tiene?**

\_\_\_ 18-23 \_\_\_ 24-29 \_\_\_ 30-35 \_\_\_ 36-41 \_\_\_ 42-47 \_\_\_ 48 en adelante

**2. ¿Con qué frecuencia acude usted a un restaurante?**

\_\_\_ Veces por semana

\_\_\_ Veces por mes

**3. ¿Qué factores considera más importantes al momento de elegir un restaurante? (1 al 5, siendo uno el más importante y 5 el menos importante)**

\_\_\_ Buena comida

\_\_\_ Decoración

\_\_\_ Precio

\_\_\_ Atención

\_\_\_ Ubicación

**4. ¿Qué tipo de comida prefiere Ud. Probar al momento de visitar un restaurante?**

Comida nacional       Comida extranjera       Ambas

**5. ¿Visitaría usted un restaurante en donde a más de poder degustar de comida ecuatoriana, también podría disfrutar de un ambiente propio de cada región que le brinde la sensación de estar en determinado sector del Ecuador (Costa-Sierra-Amazonía-Insular)?**

Sí       No

**6. ¿Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante?**

Cena

Menos de \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ más de \$30 \_\_\_

Almuerzos

Menos de \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ más de \$30 \_\_\_

Dulces-piqueos

Menos de \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30 \_\_\_ más de \$30 \_\_\_

**7. ¿Con que tipo de espectáculos le gustaría acompañar su comida?**

Almuerzo

Shows de Baile       bandas musicales       Videos culturales  
 Ninguno

Cena

Shows de Baile       bandas musicales       Videos culturales  
 Ninguno

**8. ¿A qué lugares acude usualmente en busca de un restaurante?**

Centros comerciales       Hoteles       Sitios turísticos  
 Restaurantes conocidos

**9. ¿Cuánto tiempo considera aceptable esperar por:**

\_Dulces o piqueos:

\_\_\_5 min o menos    \_\_\_5-10 min    \_\_\_15-20 min    \_\_\_Más de 20 min

Almuerzo:

\_\_\_5 min o menos    \_\_\_5-10 min    \_\_\_15-20 min    \_\_\_Más de 20 min

Cena:

\_\_\_5 min o menos    \_\_\_5-10 min    \_\_\_15-20 min    \_\_\_Más de 20 min

**10. ¿En qué situación acude a un restaurante?**

Salidas de amigos \_\_\_

Reuniones de negocios \_\_\_

Salidas en familia \_\_\_

Conocer el lugar        \_\_\_

**11. ¿Cuál de los siguientes restaurantes de comida típica considera que es el mejor?**

Cocolón                \_\_\_\_\_

Vaca en el tejado \_\_\_\_\_

Lo Nuestro            \_\_\_\_\_

Mi Tierra              \_\_\_\_\_

Pique y Pase         \_\_\_\_\_

Otro                     \_\_\_\_\_

**13¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado el restaurante?**

Norte    \_\_\_

Sur      \_\_\_

Centro \_\_\_

**MODELO DE LA ENCUESTA**  
**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**Restaurante 100% Ecuatoriano**

Somos estudiantes de la UCSG y la siguiente encuesta es para determinar la factibilidad de implementar un restaurante de comida típica ecuatoriana ambientado en las regiones del Ecuador en la ciudad de Guayaquil. Por favor lea atentamente las preguntas y coloque una X en el casillero correspondiente a sus respuestas. Gracias por su gentil colaboración.

**ENCUESTA A TURISTAS EXTRANJEROS**

¿De dónde viene Ud?(Where are you from?)

**1. ¿Ud viajó mediante? You travel with?**

Agencia de viaje (Travel agency)                      Particular (by yourself)

**2. ¿Con qué agencia Ud Viajó?(Which agency did you travel with?)**

**3. Edad (Age)**

18-23                      24-29                      30-35                      36-41                      42-47                      48 later

**4. ¿Le gusta la comida Ecuatoriana? (Do you like Ecuadorian food?)**

Si (yes) \_\_\_\_\_

No (no) \_\_\_\_\_

**5. ¿Qué restaurantes le han recomendado visitar en la ciudad? Which restaurants have you been recommended visiting in Guayaquil?**

Cocolón

Mi Tierra

Lo Nuestro

Vaca en el tejado

Pique y Pase

Otro...

**6. Would you like to visit a 100% Ecuadorian food restaurant where you also may enjoy the environment of each region that gives you the feeling of being in a given sector of Ecuador (Costa-Sierra-Amazon-Insular)?**

Si (yes)——

No (no) ——

**7. ¿Con qué frecuencia acude usted a un restaurante? (How many times do you go to a restaurant?)**

\_\_\_\_Veces por semana (times perweek)

\_\_\_\_Veces por mes (times permonth)

**8. ¿Qué factores considera más importantes al momento de elegir un restaurante?(Which factors do you consider the most important at the moment of choosing ofarestaurant?)**

(1 al 5, siendo uno el más importante y 5 el menos importante) (From 1 to 5, being the number 1 the most important and the number 5 the less important)

\_\_\_\_\_ Buena comida (Deliciousfood)

\_\_\_\_\_ Precio (Price)

\_\_\_\_\_ Atención (Customerservice)

\_\_\_\_\_ Decoración (Environment)

\_\_\_\_\_ Ubicación (Location)

- 9. ¿Cuál es su consumo promedio en un día dentro de un restaurante?  
¿How much do you spend when visiting a restaurant?**

Dinner

Less than \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30\_\_\_\_\_ more than \$30\_\_\_

Lunch

Less than \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30\_\_\_\_\_ more than \$30\_\_\_

Sweets-snacks

Less than \$ 10 \_\_\_ \$ 10 a \$20 \_\_\_ \$20 a \$30\_\_\_\_\_ more than \$30\_\_\_

- 10. ¿Con que tipo de espectáculos le gustaría acompañar su comida?  
¿What kind of shows would you like to complement you meal with?**

Shows de baile (dance Show)

Bandas musicales (Bands)

Videos culturales (Cultural videos)

Música instrumental (instrumental music)

Ninguno (none)

**11. ¿A qué lugares acude usualmente en busca de un restaurante?  
Which places do you usually visit looking for a restaurant?**

Centros comerciales (Malls)

Hoteles (Hotels)

Sitios turísticos (Turistic places)

Restaurantes conocidos (Known restaurants)

**12. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicado el resaturante? Where  
would you like the restaurant to be located?**

Norte (North)

Centro (downtown)

Sur (South)

## **Anexo 2: Cuestionario para la entrevista al experto**

- 1.- ¿Cómo nació la idea de implementar un restaurante de comida típica del Ecuador?
- 2.- ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio?
- 3.- ¿En qué factores se basó para escoger la ubicación del negocio?
- 4.- ¿Con qué frecuencia asisten los clientes?
- 5.- ¿Cree Ud. que lo nuestro siempre será preferido ante lo internacional en cuanto a gastronomía se refiere?
- 6.- ¿En qué piensa Ud. que se diferencia su restaurante con el de sus competidores?
- 7.- ¿Qué cree Ud. que haría falta implementar en este tipo de servicio?
- 8.- ¿Qué considera Ud. que los clientes valoran más al momento de acudir a un restaurante?
- 9.- ¿A través de qué métodos se realiza la publicidad?
- 10.- ¿Qué otros restaurantes considera que sean reconocidos en la industria?



## Anexo 3: Recetas de Costos

Tabla 45: Receta de Costos Arroz con menestra y pollo asado

Receta de Costos				
Plato:	Arroz con menestra y pollo asado			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Pollo (pechuga)	libra	0.6	1.7	1.02
Fréjol	libra	0.25	2.3	0.58
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20
Verde	unidad	0.5	0.1	0.05
Cebolla blanca	unidad	0.5	0.1	0.05
Aliño	gramos	85.0485	0.0022046	0.19
Pimiento	libra	0.25	0.16	0.04
Aceite	cc	18	0.009	0.16
Mantequilla	gramos	20	0.005	0.10
Otros				0.50
				2.88

Elaborado por: Las autoras

Tabla 46: Arroz con menestra y carne asada

Receta de Costos				
Plato:	Arroz con menestra y carne asada			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Carne	libra	0.35	3.5	1.23
Fréjol	libra	0.25	2.4	0.60
Arroz	libra	0.3333	0.55	0.18
Verde	unidad	0.5	0.1	0.05
Cebolla blanca	unidad	0.5	0.1	0.05
Aliño	gramos	85.0485	0.0022046	0.19
Aceite	cc	18	0.009	0.16
Pimiento	libra	0.25	0.16	0.04
Mantequilla	gramos	20	0.005	0.10
Otros				0.50
				3.10

Elaborado por: Las autoras

Tabla 47: Arroz con menestra y chuleta asada

Receta de Costos				
Plato:	Arroz con menestra y chuleta asada			
Grupo:				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Chuleta	libra	0.75	2.7	2.03
Fréjol	libra	0.25	2.4	0.60
Arroz	libra	0.3333	0.55	0.18
Verde	unidad	0.5	0.1	0.05
Cebolla blanca	unidad	0.5	0.1	0.05
Aliño	gramos	85.0485	0.0022046	0.19
Aceite	cc	18	0.009	0.16
Pimiento	libra	0.1	0.5	0.05
Mantequilla	gramos	20	0.005	0.10
Otros				0.50
				3.91

Elaborado por: Las autoras

Tabla 48: Arroz con pescado apanado y patacones

Receta de Costos				
Plato:	Arroz con pescado apanado y patacones			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Pescado	libra	0.5	4	2.00
Verde	unidad	0.5	0.2	0.10
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20
Cebolla	libra	0.2	0.6	0.12
Tomate	libra	0.2	0.5	0.10
Lechuga	unidad	0.0666667	0.4	0.03
Aguacate	unidad	0.3333	0.6	0.20
Otros				0.65
				3.40

Elaborado por: Las autoras

Tabla 49: Guatita

Receta de Costos				
Plato:	Guatita			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Mondongo	libra	0.3333	3	1.00
Papa	libra	0.3333	0.35	0.12
Mani	libra	0.3	2.4	0.72
Mantequilla	gramos	30	0.005	0.15
Maduro	unidad	0.3333	0.2	0.06666
Aguacate	unidad	0.5	0.7	0.35
Cebolla blanca	unidad	0.75	0.1	0.08
Pimiento	libra	0.25	0.16	0.04
Mantequilla	gramos	20	0.005	0.10
Otros				0.16
				2.78

Elaborado por: Las autoras

Tabla 50: Bandera

Receta de Costos				
Plato:	Bandera			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Guatita				1.06
Cazuela de pescado				0.64
Seco de gallina				0.45
Arroz				0.2
Maduro				0.075
				2.42

Elaborado por: Las autoras

Tabla 51 Caldo de salchicha

Receta de Costos				
Plato:	Caldo de salchicha			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Intestinos y menudencias de chancho, sangre	libra	0.28	3	0.84
Hueso	libra	0.1	0.6	0.06
Arroz	libra	0.1	0.6	0.06
Verde	unidad	0.4	0.15	0.06
Limón	unidad	1.7	0.05	0.09
Refrito				0.16
				1.27

Elaborado por: Las autoras

Tabla 52: Caldo de bolas

Receta de Costos				
Plato:	Caldo de bolas			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Hueso de asado	libra	0.166667	1	0.17
Pulpa de res	libra	0.166667	3.5	0.58
Choclo	libra	0.125	1	0.13
Verde	unidad	1.66667	0.2	0.333334
Zapallo	gramos	56.69	0.0004409	0.0249958
Verdura	gramos	38	0.0011023	0.0418878
Col	gramos	0.75	0.1	0.08
Zanahoria	gramos	28	0.016667	0.47
Yuca	gramos	94	0.0007055	0.07
Maní	gramos	170	0.0052911	0.16
Pasas	gramos	18	0.004415	0.16
Huevo	unidad	0.5	0.15	0.16
Aguacate	unidad	0.33333	0.7	0.16
Otros				0.11
				2.63

Elaborado por: Las autoras

Tabla 53: Cazuela de pescado

Receta de Costos					
Plato:	Cazuela de pescado				
Grupo:	Platos fuertes				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Pescado	libra	0.3	4	1.20	
Maní	libra	0.1	2.4	0.24	
Verde	unidad	1	0.15	0.15	
Refrito				0.32	
Otros				0.1	
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.1	
				2.11	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 54: Seco de gallina

Receta de Costos					
Plato:	Seco de gallina				
Grupo:	Platos fuertes				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Gallina	libra	0.4	1.75	0.70	
Naranja	libra	0.5	0.8	0.40	
Cerveza	unidad	0.075	1	0.08	
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20	
Maduro	unidad	0.5	0.15	0.08	
Refrito				0.17	
				1.62	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 55: Moro de lenteja con carne asada

Receta de Costos					
Plato:	Moro de lenteja con carne asada				
Grupo:	Platos fuertes				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Carne	libra	0.4	3.5	1.40	
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20	
Lenteja	libra	0.08333	1.3	0.11	
Maduro	unidad	0.5	0.15	0.08	
Refrito				0.23	
Aceite				0.3	
Otros				0.5	
				2.81	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 56: Moro de lenteja con pollo asado

Receta de Costos				
Plato:	Moro de lenteja con pollo asado			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Pollo	libra	0.6	1.7	1.02
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20
Lenteja	libra	0.08333	1.3	0.11
Maduro	unidad	0.5	0.15	0.08
Refrito				0.23
Aceite				0.3
Otros				0.5
				2.43

Elaborado por: Las autoras

Tabla 57: Moro de lenteja con chuleta asada

Receta de Costos				
Plato:	Moro de lenteja con chuleta asada			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Chuleta	libra	0.75	2.7	2.03
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20
Lenteja	libra	0.08333	1.3	0.11
Verde	unidad	0.5	0.2	0.10
Otros				0.20
Refrito				0.23
Aceite				0.3
Otros				0.5
				3.66

Elaborado por: Las autoras

Tabla 58: Moro de lenteja con pescado apanado

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Moro de lenteja con pescado apanado			
<b>Grupo:</b>	Platos fuertes			
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Total</b>
Chuleta	libra	0.4	4	1.60
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.20
Lenteja	libra	0.08333	1.3	0.11
Verde	unidad	0.5	0.2	0.10
Otros				0.25
Refrito				0.23
Aceite				0.3
				2.79

Elaborado por: Las autoras

Tabla 59: Encebollado de pescado

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Encebollado de pescado			
<b>Grupo:</b>	Platos fuertes			
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Total</b>
Pescado	libra	0.333	4	1.33
Yuca	libra	0.5	0.2	0.10
Cebolla	libra	0.125	0.6	0.08
Limón	unidad	1	0.05	0.05
Pimiento	libra	0.4	0.5	0.20
Tomate	libra	0.07	0.5	0.04
Chifles	unidad	1	0.3	0.30
Pan	unidad	1	0.1	0.10
Otros				0.07
				2.26

Elaborado por: Las autoras

Tabla 60: Encebollado mixto

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Encebollado mixto			
<b>Grupo:</b>	Platos fuertes			
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Total</b>
Pescado	libra	0.25	4	1.00
Yuca	libra	0.5	0.2	0.10
Camarón	libra	0.25	4	1.00
Calamar	libra	0.25	1	0.25
Cebolla	libra	0.125	0.6	0.08
Limón	unidad	1	0.05	0.05
Pimiento	libra	0.4	0.5	0.20
Tomate	libra	0.07	0.5	0.04
Chifles	unidad	1	0.3	0.30
Pan	unidad	1	0.1	0.10
Otros				0.07
				3.18

Elaborado por: Las autoras

Tabla 61: Hornado

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Hornado			
<b>Grupo:</b>	Platos fuertes			
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Total</b>
Piñade chancho	libra	0.5	3.2	1.60
Papa	libra	0.3333	0.4	0.13
Mote	libra	0.25	0.9	0.23
Maduro	unidad	0.5	0.2	0.10
Cebolla	libra	0.16667	0.6	0.10
Cerveza	unidad	0.1	1	0.10
Mantequilla	gramos	28	0.005	0.14
Otros				0.25
				2.65

Elaborado por: Las autoras



Tabla 62:Llapingacho

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Llapingacho			
<b>Grupo:</b>	Platos fuertes			
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Total</b>
Papa	libra	0.5	0.4	0.20
Huevo	libra	1	0.13	0.13
Chorizo	libra	0.25	2.5	0.63
Maní	libra	0.05	2.4	0.12
Lechuga	unidad	0.12	0.5	0.06
Maduro	unidad	0.25	0.15	0.04
Refrito				0.06
Otros				0.5
				1.73

Elaboradopor: Las autoras

Tabla 63: Fritada

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Fritada			
<b>Grupo:</b>	Platos fuertes			
<b>Ingredientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Total</b>
Carne de chancho para fritada	libra	0.5	3.75	1.88
Mote	libra	0.2	0.9	0.18
Maduro	unidad	0.5	0.15	0.08
Cebolla perla	libra	0.2	0.6	0.12
Aliño				0.07
Otros				0.13
				2.45

Elaborado por: Las autoras

Tabla 64: Chugchucaras

Receta de Costos				
Plato:	Chugchucaras			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Carne de chancho	libra	0.333	3.75	1.25
Cuero reventado	libra	0.2	1.2	0.24
Mote	libra	0.2	0.9	0.18
Maduro	unidad	0.5	0.15	0.08
Papa	libra	0.333	0.4	0.13
Masa para empanadas	paquete	0.05	1.6	0.08
Queso	unidad	0.2	3.5	0.70
Canguil	libra	0.03333	1.2	0.04
Tostado	libra	0.08333	1	0.08
Verde (chifles)	unidad	0.333	0.2	0.07
Aliño				0.07
Otros				0.13
				3.05

Elaborado por: Las autoras

Tabla 65: Mote sucio

Receta de Costos				
Plato:	Mote sucio			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Mote	libra	0.333	0.9	0.30
Manteca de cerdo negra	libra	0.05	1.5	0.08
Chicharrón	libra	0.25	2.5	0.63
Ajo	gramos	5	0.01	0.05
Cebolla paiteña	libra	0.1	0.6	0.07
Otros				0.13
				1.25

Elaborado por: Las autoras

Tabla 66: Mote pillo

Receta de Costos				
Plato:	Mote pillo			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Mote	libra	0.333	0.9	0.30
Manteca de cerdo	libra	0.015	1.5	0.02
Huevo	unidad	0.2	0.13	0.03
Leche	gramos	0.1	1.2	0.12
Cebolla blanca	unidad	0.1	0.1	0.07
Otros				0.13
				0.67

Elaborado por: Las autoras

Tabla 67: Papas con cuero

Receta de Costos				
Plato:	Papas con cuero			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Papa	libra	0.333	0.4	0.13
Cuero de chancho	libra	0.25	2.5	0.63
Cebolla blanca	unidad	0.1	0.1	0.01
Pasta de maní	gramos	0.1	2.4	0.24
Otros (cilantro, aceite, sal, pimienta)				0.13
				1.14

Elaborado por: Las autoras

Tabla 68: Cuy asado

Receta de Costos				
Plato:	Cuy asado			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Cuy	libra	0.5	8	4.00
Maní	libra	0.1	2.4	0.24
Cebolla blanca	unidad	0.1	0.1	0.01
Papa	gramos	0.5	0.4	0.20
Tostado	libra	0.1	1	0.10
Aguacate	unidad	0.5	0.6	0.30
Lechuga	unidad	0.05	0.4	0.02
Tomate	libra	0.1	0.5	0.05
Aliño				0.13
				5.05

Elaborado por: Las autoras

Tabla 69: Yaguarlocro

Receta de Costos				
Plato:	Yaguarlocro			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Menudencia y sangre de borrego	libra	0.25	2	0.50
Papa	libra	0.375	0.55	0.21
Maní	libra	0.125	2.4	0.30
Leche	libra	0.125	1.2	0.15
Aguacate	unidad	0.5	0.6	0.30
Refrito				0.13
Otros				0.05
				1.64

Elaborado por: Las autoras

Tabla 70: Ceviche de chochos

Receta de Costos				
Plato:	Ceviche de chochos			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Chocho	libra	0.3333	0.75	0.25
Naranja	unidad	1	0.08	0.08
Limón	unidad	1	0.05	0.05
Cebolla blanca	unidad	0.125	0.1	0.01
Tomate	libra	0.5	0.5	0.25
Taxo	unidad	0.25	0.2	0.05
Salsa de tomate	gramos	10	0.02	0.20
Otros: cilantro, sal				0.08
				0.97

Elaborado por: Las autoras

Tabla 71: Maito de tilapia

Receta de Costos					
Plato:	Maito de tilapia				
Grupo:	Platos fuertes				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Tilapia	libra	0.5	3.5	1.75	
Ajo	gramos	5	0.005	0.03	
Palmito	unidad	0.05	2	0.10	
Sal	gramos	5	0.002	0.01	
Mostaza	libra	5	0.01	0.05	
Achiote	gramos	5	0.01	0.05	
Yuca	libra	0.6	0.3	0.18	
Verde	unidad	0.5	0.2	0.1	
Cebolla	libra	0.2	0.5	0.1	
Tomate	libra	0.2	0.6	0.12	
Hoja de bijao				0.05	
Otros				0.50	
				3.04	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 72: Ayampaco

Receta de Costos					
Plato:	Ayampaco				
Grupo:	Platos fuertes				
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Pescado	libra	0.5	4.5	2.25	
Verde	unidad	1.5	0.15	0.23	
Tomate	libra	0.1	0.5	0.05	
Cebolla blanca	unidad	0.05	0.1	0.01	
Pimiento	libra	0.05	0.5	0.03	
Huevo	unidad	0.5	0.13	0.07	
Palmito	libra	0.05	2	0.10	
Ajo	gramos	5	0.005	0.025	
Comino	gramos	5	0.005	0.025	
Sal y pimienta	gramos	5	0.005	0.025	
Arroz	libra	0.3333	0.6	0.19998	
Hoja de plátano				0.05	
Otros				0.50	
				3.54	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 73: Cazave

Receta de Costos				
Plato:	Cazave			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Yuca	libra	0.5	0.4	0.20
Sal	gramos	5	0.005	0.03
				0.23

Elaborado por: Las autoras

Tabla 74: Tripa Mishqui

Receta de Costos				
Plato:	Tripa Mishqui			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Tripa de res	libra	0.5	2.5	1.25
Achiote	gramos	10	0.01	0.10
Sal	gramos	10	0.002	0.02
Comino	gramos	10	0.002	0.02
Cebolla blanca	gramos	10	0.002	0.02
Ajo	gramos	10	0.003	0.03
Papa	libra	0.5	0.5	0.25
Otros				0.50
				2.19

Elaborado por: Las autoras

Tabla 75: Encocado de Camarón

Receta de Costos				
Plato:	Encocado de Camarón			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Camarón	libra	0.3333	4	1.33
Cebolla Perla	libra	0.125	0.6	0.08
Crema de leche	ml	50	0.01	0.50
Coco	unidad	0.5	3	1.50
Ajo	gramos	10	0.01	0.10
Aceite	gramos	50	0.01	0.50
Perejil	gramos	10	0.01	0.10
Pimiento rojo	unidad	1	0.15	0.08
Pimiento verde	unidad	1	0.15	0.08
				4.27

Elaborado por: Las autoras

Tabla 76: El brujo asado

Receta de Costos				
Plato:	El brujo asado			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Pescado (corvina Verde)	unidad	1	1.5	1.50
Arroz	libra	0.25	0.6	0.15
Fréjol	libra	0.25	2.4	0.60
Mantequilla	gramos	10	0.005	0.05
Tomate	libra	0.2	0.5	0.10
Lechuga	gramos	5	0.02	0.10
Otros				0.05
				2.65

Elaborado por: Las autoras

Tabla 77: Ceviche de camarón

Receta de Costos				
Plato:	Ceviche de camarón			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Camarón	libra	0.5	4	2.00
Cebolla perla	libra	0.2	0.6	0.12
Tomate	libra	0.1	0.5	0.05
Pasta de tomate	gramos	40	0.0032	0.13
Limón	unidad	1	0.05	0.05
Naranja	unidad	0.25	0.13	0.03
Otros				0.15
				2.53

Elaborado por: Las autoras

Tabla 78: Ceviche de pescado

Receta de Costos				
Plato:	Ceviche de pescado			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Pescado	libra	0.333	4	1.33
Limón	unidad	1	0.05	0.05
Cebolla paiteña	libra	0.2	0.6	0.12
Tomate	libra	0.1	0.5	0.05
Pimiento	libra	0.1	0.7	0.07
Mostaza	gramos	5	0.002	0.01
Tostado	gramos	20	0.005	0.10
Otros				0.15
				1.88

Elaborado por: Las autoras

Tabla 79: Ceviche de conchas

Receta de Costos				
Plato:	Ceviche de conchas			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Concha	unidad	12	0.18	2.16
Limón	unidad	2	0.05	0.10
Cebolla colorada	libra	0.1	0.6	0.06
Pimiento	libra	0.07	0.7	0.05
Mostaza	gramos	5	0.002	0.01
Salsa de tomate	gramos	5	0.01	0.05
Tostado	gramos	20	0.005	0.10
Otros				0.15
				2.68

Elaborado por: Las autoras



Tabla 80: Cangrejos criollos

Receta de Costos				
Plato:	Cangrejos criollos			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Cangrejo	unidad	3	0.66	1.98
Cebolla blanca	unidad	0.25	0.1	0.03
Cebolla colorada	libra	0.25	0.6	0.15
Pimiento	libra	0.25	0.7	0.18
Cerveza	unidad	0.2	1	0.20
Comino	gramos	5	0.01	0.05
Oregano	gramos	5	0.01	0.05
Ajo	gramos	5	0.005	0.03
Maduro	unidad	1	0.15	0.15
Otros				0.20
				3.01

Elaborado por: Las autoras

Tabla 81: Arroz con concha

Receta de Costos				
Plato:	Arroz con concha			
Grupo:	Platos fuertes			
Ingredientes	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Concha	unidad	12	0.2	2.40
Arroz	libra	0.333	0.6	0.20
Pimiento verde	libra	0.2	0.7	0.14
Cebolla paiteña	libra	0.2	0.6	0.12
Perejil	gramos	5	0.002	0.01
Cilantro	gramos	5	0.002	0.01
Oregano	gramos	5	0.002	0.01
Otros				0.20
				3.09

Elaborado por: Las autoras

Tabla 82: Higos con queso

Receta de Costos				
------------------	--	--	--	--

<b>Plato:</b>		Higos con queso			
<b>Grupo:</b>		Postres			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Higo	libra	0.08	1	0.08	
Panela	unidad	0.08	1.5	0.12	
Pimienta olorosa	gramos	3	0.01	0.03	
Canela	gramos	3	0.01	0.03	
Queso	unidad	0.125	3.5	0.44	
				0.70	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 83: Torta de maduro

<b>Receta de Costos</b>				
<b>Plato:</b>		Torta de maduro		
<b>Grupo:</b>		Postres		
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
Maduro	unidad	1	0.15	0.15
Queso	unidad	0.04166	3.5	0.15
Pasas	gramos	0.04166	2.6	0.11
Canela	unidad	0.125	3.5	0.07
Huevo	unidad	0.3333	0.13	0.07
Mantequilla	gramos	10.4166	0.0052	0.07
Otros				0.05
				0.66

Elaborado por: Las autoras

Tabla 84: Chucula

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Chucula			
<b>Grupo:</b>	Postres			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Maduro</b>	unidad	1	0.15	0.15
<b>Leche</b>	litro	0.5	1.2	0.60
<b>Queso</b>	unidad	0.1	3.5	0.35
<b>Canela</b>	gramos	5	0.01	0.05
<b>Pimienta olorosa</b>	gramos	5	0.01	0.05
<b>Mantequilla</b>	gramos	10	0.005	0.05
				1.25

Elaborado por: Las autoras

Tabla 85: Morocho

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Morocho			
<b>Grupo:</b>	Postres			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Morocho partido</b>	libra	0.2	1	0.20
<b>Leche</b>	litro	0.25	1.2	0.30
<b>Azúcar</b>	libra	0.16667	0.6	0.10
<b>Canela</b>	gramos	5	0.01	0.05
<b>Pimienta de olor</b>	gramos	5	0.01	0.05
<b>Leche condensada</b>	gramos	30	0.005	0.15
				0.00
				0.85

Elaborado por: Las autoras

Tabla 86: Arroz con leche

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Arroz con leche			
<b>Grupo:</b>	Postres			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Leche</b>	litro	0.5	1.2	0.60
<b>Arroz</b>	libra	0.15	0.6	0.09
<b>Azúcar</b>	libra	0.2	0.6	0.12
<b>Panela</b>	gramos	20	0.01	0.20
<b>Leche condensada</b>	gramos	30	0.005	0.15
<b>Otros</b>				0.10
				1.26

Elaborado por: Las autoras

Tabla 87: Ensalada de frutas

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Ensalada de frutas			
<b>Grupo:</b>	Postres			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Manzana</b>	unidad	0.5	0.3	0.15
<b>Papaya</b>	unidad	0.1	1.8	0.18
<b>Melón</b>	unidad	0.125	0.9	0.11
<b>Guineo</b>	unidad	0.25	0.05	0.01
<b>Frutilla</b>	libra	0.1	0.75	0.08
<b>Uvas</b>	libra	0.1	1	0.10
<b>Azúcar</b>	libra	0.25	0.6	0.15
<b>Naranja</b>	unidad	2	0.12	0.24
				1.02

Elaborado por: Las autoras

Tabla 88: Queso de leche

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Queso de leche			
<b>Grupo:</b>	Postres			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Leche</b>	litro	0.16667	1.2	0.20
<b>Huevo</b>	unidad	2	0.13	0.26
<b>Canela</b>	gramos	5	0.01	0.05
<b>Azúcar</b>	libras	0.25	0.01	0.0025
<b>Otros</b>				0.10
				0.61

Elaborado por: Las autoras

Tabla 89: Empanadas de queso

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Empanadas de queso			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Masa para empanadas</b>	paquete	0.05	1.7	0.09
<b>Queso</b>	unidad	0.05	3.5	0.18
				0.26

Elaborado por: Las autoras

Tabla 90: Empanadas de pollo

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Empanadas de pollo			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Masa para empanadas</b>	paquete	0.05	1.7	0.09
<b>Pollo</b>	libra	0.0833	1.6	0.13
<b>Refrito</b>				0.05
				0.27

Elaborado por: Las autoras

Tabla 91: Empanadas de carne

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Empanadas de carne			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Masa para empanadas</b>	paquete	0.05	1.7	0.09
<b>Carne</b>	libra	0.08333	3.5	0.29
<b>Refrito</b>				0.05
				0.43

Elaborado por: Las autoras

Tabla 92: Tortilla de verde

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Tortilla de verde			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Verde</b>	paquete	0.5	0.2	0.10
<b>Mantequilla</b>	gramos	10	0.0005	0.01
<b>Queso</b>	gramos	12	0.02	0.24
<b>Otros</b>				0.05
				0.40

Elaborado por: Las autoras

Tabla 93: Tortilla de maíz con queso

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Tortilla de maíz con queso			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Maiz seco</b>	libra	0.1	0.6	0.06
<b>Manteca de chancho</b>	gramos	5	0.01	0.05
<b>Queso</b>	gramos	10	0.02	0.20
<b>Cebolla blanca</b>	gramos	10	0.001	0.01
<b>Otros</b>				0.1
				0.42

Elaborado por: Las autoras

Tabla 94: Humitas

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Humitas			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Choclo tierno</b>	libra	0.5	1.4	0.70
<b>Mantequilla</b>	gramos	10	0.005	0.05
<b>Queso</b>	gramos	0.1	3.5	0.35
<b>Huevos</b>	gramos	0.25	0.13	0.03
<b>Hojas de choclo</b>				0.10
<b>Otros (sal, azúcar)</b>				0.05
				1.28

Elaborado por: Las autoras

Tabla 95: Bolón de verde con chicharrón

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Bolón de verde con chicharrón			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Verde</b>	libra	1.5	0.2	0.30
<b>Grasa de chancho</b>	gramos	0.16667	2.5	0.42
<b>Mantequilla</b>	gramos	10	0.005	0.05
<b>Otros</b>	gramos	10	0.001	0.05
				0.82

Elaborado por: Las autoras

Tabla 96: Bolón de verde con queso

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Bolón de verde con queso			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Verde</b>	libra	1.5	0.2	0.30
<b>Queso</b>	gramos	0.1	3.5	0.35
<b>Mantequilla</b>	gramos	10	0.005	0.05
<b>Otros</b>	gramos	10	0.001	0.05
				0.75

Elaborado por: Las autoras

Tabla 97: Muchín de yuca

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Muchín de yuca			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Yuca</b>	libra	0.4	0.3	0.12
<b>Queso</b>	gramos	0.1	3.5	0.35
<b>Huevo</b>	unidad	0.25	0.13	0.03
<b>Mantequilla</b>	gramos	10	0.005	0.05
<b>Otros</b>	gramos	10	0.001	0.10
				0.65

Elaborado por: Las autoras

Tabla 98: Corviches

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Corviches			
<b>Grupo:</b>	Piqueos			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Verde</b>	libra	1	0.2	0.20
<b>Pescado</b>	gramos	0.08	4	0.32
<b>Refrito</b>				0.13
<b>Otros</b>				0.05
				0.70

Elaborado por: Las autoras



Tabla 99: Canelazo

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Canelazo			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Canela</b>	gramos	0.5	1.5	0.75
<b>Aguardiente</b>	litro	0.4	1.5	0.60
				1.35

Elaborado por: Las autoras

Tabla 100: Limonada

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Limonada			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Limón</b>	unidad	4	0.05	0.20
<b>Azúcar</b>	gramos	30	0.002	0.06
				0.26

Elaborado por: Las autoras

Tabla 101: Jugo de coco

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de coco			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Coco</b>	unidad	0.25	1.6	0.40
<b>Azúcar</b>	gramos	30	0.002	0.06
				0.46

Elaborado por: Las autoras

Tabla 102: Jugo de frutilla

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de frutilla			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Frutilla</b>	libra	0.25	1.6	0.40
<b>Azúcar</b>	gramos	30	0.002	0.06
				0.46

Elaborado por: Las autoras

Tabla 103: Jugo de frutilla con naranja

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de frutilla con naranja			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Frutilla</b>	libra	0.25	0.75	0.19
<b>Naranja</b>	unidad	2	0.2475	0.50
<b>Azúcar</b>	gramos	40	0.002	0.08
				0.76

Elaborado por: Las autoras

Tabla 104: Jugo de piña con quineo y maracuyá

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de piña con quineo y maracuyá			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Piña</b>	unidad	0.2	1.3	0.26
<b>Guineo</b>	libra	0.25	0.27	0.07
<b>Maracuyá</b>	libra	0.25	1	0.25
<b>Azúcar</b>	gramos	40	0.002	0.08
				0.66

Elaborado por: Las autoras

Tabla 105: Jugo de mora

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de mora			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Mora</b>	unidad	0.333	1	0.33
<b>Azúcar</b>	gramos	40	0.002	0.08
				0.41

Elaborado por: Las autoras

Tabla 106: Jugo de naranjilla

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de naranjilla			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Naranjilla</b>	libra	0.25	0.65	0.16
<b>Azúcar</b>	gramos	40	0.002	0.08
				0.24

Elaborado por: Las autoras

Tabla 107: Jugo de naranja

Receta de Costos				
<b>Plato:</b>	Jugo de naranja			
<b>Grupo:</b>	Bebidas			
<b>Ingredientes</b>	Unidad	Cantidad	Costo Unit.	Total
<b>Naranja</b>	unidad	5	0.1	0.50
<b>Agua</b>	litro	0.25	0.5	0.05
				0.55

Elaborado por: Las autoras

Tabla 108: Otras bebidas

<b>Cerveza (botella)</b>	<b>1</b>
<b>Vino (vaso)</b>	<b>2.75</b>
<b>Chicha resbaladera</b>	<b>0.5</b>
<b>Agua</b>	<b>0.3</b>
<b>Gaseosa</b>	<b>0.25</b>
<b>Té</b>	<b>0.45</b>

Elaborado por: Las autoras

## Anexo 2: Resumen de costos por producto

Tabla 109: Costos por producto

<b>PLATOS</b>	<b>COSTO</b>
Arroz con menestra y pollo asado	2.88
Arroz con menestra y carne asada	3.10
Arroz con menestra y chuleta asada	3.91
Arroz con pescado apanado y patacones	3.40
Guatita	2.78
Bandera	2.42
Caldo de salchicha	1.27
Caldo de bolas	2.63
Cazuela de pescado	2.11
Seco de gallina	1.62
Moro de lenteja con carne	2.81
Moro de lenteja con pollo asado	2.43
Moro de lenteja con chuleta asada	3.66
Moro de lenteja con pescado apanado	2.79
Encebollado de pescado	2.26
Encebollado mixto	3.18
Hornado	2.65
Llapingacho	1.73
Fritada	2.45
Chugchucaras	3.05

Mote sucio	1.25
Mote pillo	0.67
Papas con cuero	1.14
Cuy asado	5.05
Yaguarlocro	1.64
Ceviche de chochos	0.97
Maito de tilapia	3.04
Ayampaco	3.54
Cazave	0.23
Tripa Mishqui	2.19
Encocado de Camarón	4.27
El brujo asado	2.65
Ceviche de camarón	2.53
Ceviche de pescado	1.88
Ceviche de conchas	2.68
Cangrejos criollos	3.01
Arroz con concha	3.09
Higos con queso	0.70
Torta de maduro	0.66
Chucula	1.25
Morocho	0.85
Arroz con leche	1.26
Ensalada de frutas	1.02
Queso de leche	0.61
Empanadas de queso	0.26
Empanadas de pollo	0.27
Empanadas de carne	0.43
Tortilla de verde	0.40
Tortilla de maíz con queso	0.42
Humitas	1.28
Bolón de verde con chicharrón	0.82
Bolón de verde con queso	0.75
Muchín de yuca	0.65
Corviches	0.70
Canelazo	1.35
Cerveza	1.00
Vino	2.75
Limonada	0.26
jugo de coco	0.46

Jugo de frutilla	0.46
Jugo de frutilla con naranja	0.76
Jugo de piña con guineo y maracuyá	0.66
Jugo de mora	0.41
Jugo de naranjilla	0.24
Jugo de naranja	0.55
Té	0.45
Chicha resbaladera	0.5
Agua	0.3
Gaseosa	0.25

Elaborado por: Las autoras

### Anexo 3: Clasificación de costos por categorías

Tabla 110: Costo promedio por categoría de producto

COSTO PROMEDIO POR CATEGORÍA	
0.00-1.00	0.52
1.00-2.00	1.36
2.01-3.00	2.56
3.01-4.00	3.30
4.00-5.50	4.66

Elaborado por: Las autoras