



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de cocina de parrilla en el sector de la Coruña al norte de la ciudad de Quito.”

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Gastronomía**

AUTOR:

Wilber Macdiel Miguez Calero

TUTOR:

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 24 de marzo 2021

DEDICATORIA

El plan de negocio va dedicado para las personas que nos apoyaron en los bueno y malos momentos, personas que nos dieron la mano cuando pensamos que no contábamos con nadie ahí estaba la mano solidaria de muchos licenciados que nos guiaron para llevarnos al éxito.

Para nuestros padres que cada día confían en nosotros y nos dan aliento para seguir adelante, hasta ver nuestros sueños alcanzados, este trabajo es dedicado para todas las personas que nos apoyaron para que cada día aprendamos cosas nuevas.

AGRADECIMIENTO

Al licenciado asesor MSc. Christian Carvajal por su gentil colaboración al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente plan de negocio.

De una manera muy especial, nuestro agradecimiento a todos los licenciados y chefs, por habernos guiado y orientado acertadamente para la elaboración del proyecto.

Final agradecemos a todas las personas que de una u otra manera que colaboraron hasta la culminación de este proyecto.

AUTORIA

Yo, Wilber Macdiel Miguez Calero autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Wilber Macdiel Miguez Calero

D.M. Quito, 24 de marzo del 2021

MS.c Christian Carvajal.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Christian Carvajal.

D.M. Quito, 24 de marzo del 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El MSc. Christian Carvajal y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. Wilber Macdiel Miguez Calero por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El Sr. Wilber Macdiel Miguez Calero realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de cocina de parrilla en el sector de la Coruña al norte de la ciudad de Quito.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del MS.c Christian Carvajal.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, MSc. Christian Carvajal en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. Wilber Macdiel Miguez Calero, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de cocina de parrilla en el sector de la Coruña al norte de la ciudad de Quito.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MS.c Christian Carvajal

Wilber Macdiel Miguez Calero

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN.....	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	14
2.1 Creación de la empresa	14
2.2 Descripción de la empresa.....	14
2.3 Tamaño de la empresa.....	15
2.4 Necesidades a satisfacer.....	15
2.5 Localización de la empresa	17
2.6 Filosofía empresarial	18
2.7 Desarrollo organizacional	21
2.8 Organigrama empresarial.....	23
2.9 Funciones del Personal	24
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	28
3.1 Objetivo de mercadotecnia	28
3.2 Investigación de mercado.....	28
3.3 Plan de Muestreo	29
3.4 Análisis de las Encuestas	29
3.5 Entorno empresarial.....	40
3.5.1 Micro entornó	40
3.5.2 Macro entornó	41
3.6 Producto y servicio	43
3.6.1 Producto Esencial.....	43
3.6.2 Producto real	44
3.6.3 Producto aumentado	47
3.7 Plan de introducción al mercado	48

3.8	Canal de distribución y puntos de ventas	52
3.9	Riesgo y oportunidades del negocio	53
3.10	Fijación de Precios.....	53
3.11	Capacidad instalada	61
3.11.1	Implementación del negocio	61
3.12	Estudio arquitectónico.....	66
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	67
4.1	Servicio de Rentas Internas / SRI	67
4.1.1	RUC (Registro Único de Contribuyente)	67
4.2	Municipio de Quito.....	67
4.3	Cuerpo de Bomberos.....	70
4.4	Ministerio del Trabajo	71
4.5	Ministerio de Turismo	71
4.6	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS.....	71
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	72
5.1	Objetivo de área.	72
5.2	Impacto ambiental.....	72
5.3	Impacto social.....	73
6.	Proceso financiero	76
6.1.	Introducción.....	76
6.2.	Inversiones.	76
6.3.	Activos diferidos.....	76
6.4.	Capital de trabajo.....	77
6.5.	Sueldos.....	78
6.5.	Depreciación activos fijos.	79
6.6.	Amortizaciones.	80
6.7.	Estructura capital.....	80
6.8.	Tabla de amortización.	80
6.9.	Punto de equilibrio	81
6.10	Costo de ventas	82
6.11.	Flujo de caja.....	83
6.12.	Calculo del tir y el van	84
6.12.1.	VAN (Valor Actual Neto)	84
6.12.2.	TIR (Tasa Interna de Retorno)	84

CAPÍTULO 7.....	86
7.1. Conclusiones.....	86
7.2. Recomendaciones.....	86
7.3. Bibliografía.....	87
7.4 Anexos.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Tabulación 1	30
Tabla N° 2 Tabulación 2	31
Tabla N° 3 Tabulación 3	32
Tabla N° 4 Tabulación 4	33
Tabla N° 5 Tabulación 5	34
Tabla N° 6 Tabulación 6	35
Tabla N° 7 Tabulación 7	36
Tabla N° 8 Tabulación 8	37
Tabla N° 9 Tabulación 9	38
Tabla N° 10 Tabulación 10	39
Tabla N° 11 Tabla de proveedores.....	41
Tabla N° 12 Tabla de plan de marketing	53
Tabla N° 13 Receta Estándar 1	54
Tabla N° 14 Receta Estándar 2	55
Tabla N° 15 Receta Estándar 3	56
Tabla N° 16 Receta Estándar de Producción 1.....	57
Tabla N° 17 Receta Estándar de Producción 2.....	59
Tabla N° 18 Receta Estándar de Producción 3.....	60
Tabla N° 19 Arriendo.....	61
Tabla N° 20 Equipos Industriales	62
Tabla N° 21 Vehículo	62
Tabla N° 22 Equipos de Computación	62
Tabla N° 23 Muebles y enseres.....	63
Tabla N° 24 Equipos Industriales de Seguridad	64
Tabla N° 25 Suministros de Oficina	65
Tabla N° 26 Servicios Básicos	65
Tabla N° 27 Materiales de Limpieza	66
Tabla N° 28 Inversiones.....	76
Tabla N° 29 Activos diferidos.....	77
Tabla N° 30 Capital de trabajo	78
Tabla N° 31 Detalles de inversión.....	78
Tabla N° 32 Sueldos.....	78

Tabla N° 33 Decimos.....	79
Tabla N° 34 Sueldos totales.....	79
Tabla N° 35 Depreciación activos fijos.....	79
Tabla N° 36 Amortizaciones.....	80
Tabla N° 37 Capital	80
Tabla N° 38 Amortización	81
Tabla N° 39 Datos punto de equilibrio.....	81
Tabla N° 40 Margen de contribución	82
Tabla N° 41 Punto de equilibrio	82
Tabla N° 42 Ventas / costos.....	82
Tabla N° 43 Costos de ventas.....	83
Tabla N° 44 Flujo de caja.....	84
Tabla N° 45 Cálculo del VAN/ TIR	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Pirámide de Maslow	16
Gráfico N°2 Ubicación de la empresa.....	18
Gráfico N°3 Organigrama de empresa.....	23
Gráfico N°4 Tabulación 1	30
Gráfico N°5 Tabulación 2	31
Gráfico N°6 Tabulación 3.....	32
Gráfico N°7 Tabulación 4.....	33
Gráfico N°8 Tabulación 5.....	34
Gráfico N°9 Tabulación 6.....	35
Gráfico N°10 Tabulación 7.....	36
Gráfico N°11 Tabulación 8.....	37
Gráfico N°12 Tabulación 9.....	38
Gráfico N°13 Tabulación 10.....	39
Gráfico N°14 Micro entorno de empresa	40
Gráfico N°15 Macro entorno de empresa	42
Gráfico N°16 Tarjeta de presentación.....	50

**“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de cocina de parrilla
en el sector de la Coruña al norte de la ciudad de Quito.”**

Wilber Macdiel Miguez Calero

Ing. Christian Carvajal

D.M. Quito 24 de Marzo, 2021

RESUMEN

Esta tesis consiste en el plan de negocios para la creación de un establecimiento de alimentos hechos a la parrilla, ubicado en la ciudad de Quito, sector de la Coruña, denominado "El Tártaro Vikingo". La idea fue creada y desarrollada en base a la gran cantidad de estilos y tendencias gastronómicas que existen en el sector, proponiendo un producto innovador, con una estética diferente y una combinación de sabores tradicionales, además busca implementar una decoración en base de la cultura vikinga. "El Tártaro Vikingo" cuenta con un estudio financiero preliminar que demuestra que es un proyecto rentable; sin embargo, esta investigación recaba información sobre la aceptación de potenciales clientes y del mercado en general, tomando en consideración que este emprendimiento apuesta por el uso de procesos innovadores de cocción que le dan un sabor totalmente diferente a sus productos.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.

2.1 Creación de la empresa.

En la mayoría de restaurantes que ofrecen platos a la parrilla encontramos un sin números de decoraciones, cortes de carne alto nivel, distantes salsas; pero todo esto por separado. Es por tal motivo que realizando un análisis y observando este vacío en el mercado laboral nace la idea del restaurante **El Tártaro Vikingo (El auténtico sabor nórdico)** ubicado en la ciudad de Quito, un local donde nuestros futuros clientes encuentre un estancia agradable, relajante, acompañados de una excelente comida con cortes de carne de muy alto nivel y salsas caseras.

2.2 Descripción de la empresa.

- **Importancia.**

La importancia de Tártaro Vikingo, para la sociedad es dar a conocer las costumbres y tradiciones gastronómicas de los guerreros Vikingos, que a su vez su vida no solo se basaban en guerras sino también que eran personas hogareñas, su alimentación se establecía a base de carne que obtenía por medio de la cacería.

Adicional, al momento en que creamos nuevos productos buscamos innovar en la presentación de platos y estancia de nuestros clientes dentro de la gastronomía ecuatoriana con esta idea estamos fomentando el consumo y economía en el país, pudiendo generar ingresos en el mercado a propios y extraños.

- **Características.**

El Tártaro Vikingo, será una empresa dedicada a la especialización de carnes a la parrilla y carnes ahumadas utilizando técnicas y distintos tipos de madera de la región donde ayude a implementar el olor característico de la naturaleza.

La presentación de este nuevo emblema presentado en la gastronomía ecuatoriana, será llamativo, y lo que se pretende es que alcance un nivel nacional, pues el consumo de las carnes se da en una gran mayoría de nuestro país.

- **Actividad.**

El Tártaro Vikingo, ofrecerá un nuevo establecimiento de alimentos y bebidas en el mercado, que llegará para marcar diferencia, como primera instancia nos encontraremos al norte de la ciudad Quito, dependiente de su acogida, se pretenderá tener un alcance a nivel nacional.

2.3 Tamaño de la empresa.

El Tártaro Vikingo es un restaurante, su espacio físico es cómodo y adecuado para la actividad; contará con tres áreas principales en la cual estará: la área almacenamiento de alimentos perecibles y no perecibles, la área de producción, donde se realizará el procesamiento, que es la limpieza, creación de productos y platos; área de servicio en la cual brindaremos nuestra atención a nuestros futuros clientes ; todo esto bajo la supervisión del Chef y de la persona designada para estas áreas.

El Restaurante el Tártaro Vikingo contará con:

- * Gerente Chef.
- * Un ayudante de cocina.
- * Un cajero “Poli funcional.”
- * Un mesero.

Somos un equipo que estaremos pendientes de satisfacer las necesidades de nuestros clientes en todo momento y de receptar sugerencias para la mejora continua.

2.4 Necesidades a satisfacer.

Gráfico N° 1

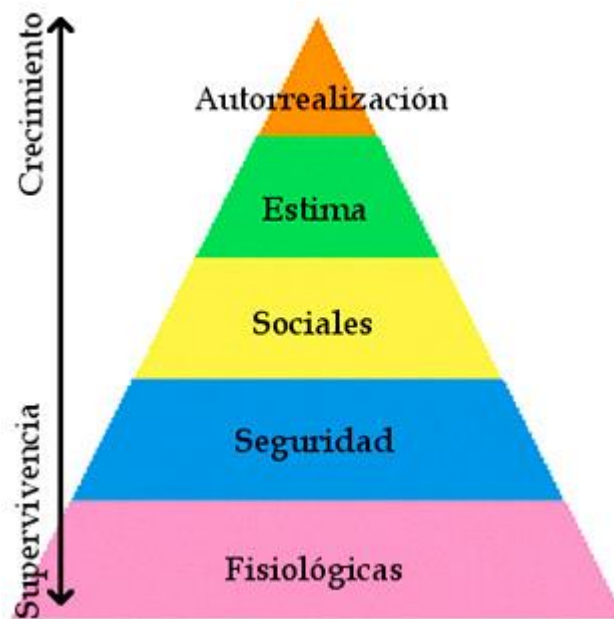


Gráfico N°.1. Abraham Maslow. (2021). *Pirámide de Maslow*. En: <https://www.biografiasyvidas.com>

a. Necesidad Fisiológica.

Nuestra empresa cumple indirectamente con la necesidad de comer, ya que ofrece alimentos y bebidas que se puede degustar en cualquier momento u ocasión.

b. Necesidad de Seguridad.

El Tártaro Vikingo estará conformado con una infraestructura apta para trabajar, contando con productos de calidad para su producción y comercialización; contará con equipos modernos y seguros para evitar accidentes, además de trabajar bajo un manual de seguridad para garantizar la integridad del personal, ofreciendo también buenas prácticas de manufactura.

c. Necesidad Social – Afiliación.

La cabeza de este negocio, para lograr un buen clima laboral, debe realizar periódicamente eventos de integración tanto para el personal y cliente, resaltar las fechas importantes de nuestro cliente interno, tener empatía en las dificultades

de sus colaboradores, ya que con esto se logra crear un compromiso de parte y parte, que ayudará a sacar adelante al restaurante.

d. Necesidad de Reconocimiento.

El proceso de elaboración, producción y comercialización de nuestro producto, será realizado bajo estándares de calidad estrictos, con el fin de que los clientes, se sientan satisfechos, esto dependerá de la organización y de la promoción que se realice.

e. Necesidad de Autorrealización.

Una vez que se capten a los clientes con los productos que ofrecemos, se realizarán campañas promocionales, donde se recompense la fidelidad de los mismos; se los mantendrá informados, a través de propagandas o con visitas periódicas para ver si requieren algo, nuestro negocio estará siempre en contacto con los clientes, con el fin de que se sientan importantes y sigan acudiendo a nosotros.

2.5 Localización de la empresa.

El Tártaro Vikingo estará ubicada en el sector de la Coruña, Av. Coruña y Av. Whymper, en la cual se llevarán a cabo los procesos de elaboración y producción, además de acoger a nuestros futuros clientes y de receptar pedidos.

Gráfico N° 2



Gráfico N°.2. Google Maps. (2021). *Ubicación de la empresa.* En: <https://www.google.com.ec/>

2.6 Filosofía empresarial.

- **Misión.**

Nuestro negocio está hecho por y para los jóvenes y adultos que se han amantes y aprecian el sabor de la carne y el toque ahumado, por eso El Tártaro Vikingo está creada para ofrecer varios productos de calidad, desde la producción hasta la distribución, con la garantía de seguridad y salubridad.

- **Visión.**

El Tártaro Vikingo tiene una visión muy amplia, y es la de proyectarse a nivel nacional llegar a cada rincón de nuestro país con las diferentes sucursales establecidas; con altas expectativas de innovación gastronómicas muy contundentes.

- **Objetivos.**

- * Abarcar un gran número de clientes satisfechos en el menor tiempo posible.

- * Incrementar la fuerza de trabajo para obtener mejores resultados en la producción y distribución del producto hacia el cliente.
- * Obtener fines de lucro proyectados al negocio a nivel nacional.

- **Meta.**

Que El Tártaro Vikingo, sea colocado en el mercado en un tiempo no máximo de los 7 meses y que sus productos cumplan con las necesidades y expectativas del cliente, llegando así a obtener excelentes resultados con las ventas realizadas.

- **Estrategias.**

- * Realizar un profundo análisis de mercado que asegure la presencia sostenibilidad en el mercado.
- * Lograr una ventaja competitiva al tener costos adecuados para nuestros clientes, pero que sea semejante a la calidad del producto al brindar a nuestro cliente.
- * Lograr que nuestra marca sea percibidos por el consumidor como único o diferente frente a nuestros competidores.

Fuentes de la diferenciación:

- * Garantía de seguridad, salubridad y calidad.
- * Características intangibles en los productos.

- **Políticas.**

Puntualidad y Horarios.

- * No llegar tarde a su lugar de trabajo, cada empleado tiene un límite de espera de 10 minutos, a partir de la hora señalada a llegar.
- * Se debe cumplir con el horario de entrada y salida al establecimiento.

- * Solo por motivos de fuerza mayor o con previo aviso al Gerente Chef se puede salir antes o llegar tarde a su lugar de trabajo.

Dentro del lugar de trabajo.

- * Estar correctamente uniformados.
- * No utilizar gorros que no sean de trabajo, aretes, pulseras, anillos, personas que trabajan en el área de cocina.
- * Llevar su uniforme limpio, y completo según su área de trabajo.
- * No fumar.
- * No llegar con olor a alcohol y mucho menos en estado etílico.
- * No ingresar al establecimiento con personas que sean ajenas a las diversas áreas de trabajo.

Las personas que no cumplan con las políticas de la empresa serán sancionadas de acuerdo a la falta cometida, ya sea con multas, memos u otra sanción tomada por el Gerente Chef, en el momento de la falta.

Cabe recalcar qué con 3 puntos memos, sea cual sea el empleado quedará fuera de la empresa, sin ningún reclamo alguno.

• FODA.

Fortalezas.

- * Calidad de los productos.
- * Contar con profesionales calificados.
- * Cumplir con las normas de sanitación.
- * Contar con materia prima orgánica.

Oportunidades.

- * Mejoramiento de instalaciones.
- * Adquisición de más maquinaria.
- * Formar una marca reconocida en el mercado.
- * Crecimiento para la empresa y quienes la conformamos.

Debilidades.

- * Al inicio el negocio no contar con la mayoría de personal en las diversas áreas.
- * En un principio no contar con una empresa aliada para nuestro negocio.
- * No contar con auspiciantes de marcas reconocidas para manejar nuestros productos.
- * No contar con nuestra página oficial del restaurante.

Amenazas.

- * Cambio de las políticas o leyes socioeconómicas en el país.
- * Catástrofes Naturales.
- * Denuncias por alimentos al establecimiento.
- * Alza de precios en los productos.

2.7 Desarrollo organizacional.

Tipo de Estructura.

- **Diferenciación.**

El Tártaro Vikingo es un negocio que adoptará una comunicación vertical, la cual ayudará de mejor manera con los procedimientos de logística y de supervisión de los procesos de producción de los platos que ofreceremos a nuestros clientes.

La organización está estructurada de la siguiente manera:

- * Nivel Gerencial.
- * Nivel Operativo.

Nivel Gerencial.

- * Gerente Chef.

Nivel Operacional.

- * Ayudante de Cocina.
- * Mesero.
- * Cajero (Poli funcional).

- **Formalización.**

El negocio se regirá a manuales de procedimientos, políticas y estrategias basadas en la misión creada para su identificación y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento, entre otras cosas en materia de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario.

- **Centralización – Descentralización.**

El Tártaro Vikingo centrará sus actividades en las áreas de producción y distribución; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento del restaurante.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio de nuestros clientes y en el engrandecimiento de la empresa.

- **Integración.**

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de adquisición, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros del restaurante.

2.8 Organigrama empresarial.

Gráfico N° 3

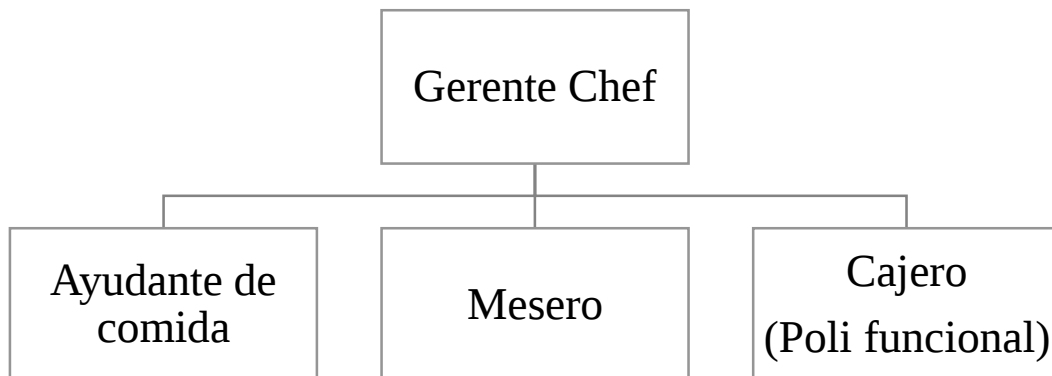


Gráfico N°. 3. Wilber Miguez. (2021). *Organigrama del restaurante*. Quito.

2.9 Funciones del Personal.

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Empresa	El Tártaro Vikingo
Unidad administrativa	Área de producción y distribución.
Misión del puesto	Delegar y supervisar funciones para el manejo general en todas las áreas, solucionar anomalías de la empresa, atender las quejas de los empleados y clientes, dirigir la cocina y responsabilizarse ante la dirección de la empresa, distribución del trabajo en la cocina y realizar la compra de materia prima.
Denominación del puesto	Gerente Chef.
Rol del puesto	Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución.
Remuneración	\$ 600

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 1 año en el cargo de Gerente-Chef.	Técnicas de Cocina en parrilla. Procesamiento de alimentos. Protocolo de servicio. Administración de empresas; alimentos y bebidas.	CONDUCTUALES: Trabajo en equipo. Habilidad para trabajar con otras personas de manera coordinada para cumplir con objetivos, tener buenas costumbres, ser atento, cordial, revisar y monitorear el desarrollo de los procesos de trabajo.

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales para el puesto de Ayudante de Cocina

Empresa	El Tártaro Vikingo
Unidad administrativa	Área de producción.
Misión del puesto	Limpiar y ordenar los elementos de la cocina. Cortar, guardar, conservar, etc. Realizar todo aquello que sirva de ayuda al cocinero en la elaboración y preparación de los platos y ayudar en la limpieza lugar de producción.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina.
Rol del puesto	Ayudar al chef en la elaboración de los procesos de producción.
Remuneración	\$ 400.

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Gastronomía.	Mínima 6 meses en el cargo de ayudante de cocina.	Pre elaboración y técnicas culinaria. Procesamiento de alimentos. Administración de empresas; alimentos y bebidas.	CONDUCTUALES: Trabajo en equipo. Habilidad para trabajar con otras personas de manera coordinada para cumplir con objetivos, tener buenas costumbres, ser atento, cordial, tener habilidad de trabajar bajo presión.

PUESTO DE MESERO

Detalles generales para el puesto de cajero.

Empresa	El Tártaro Vikingo
Unidad administrativa	Área de atención.
Misión del puesto	Saber identificar las necesidades de los clientes y hacerlos pasar un agradable momento; logrando que el cliente se siente satisfecho de la atención prestada, ofreciendo y dándole una buena información de las comidas y licores que están disponibles.
Denominación del puesto	Mesero.
Rol del puesto	Ser cortés y de buenos modales, con espíritu de servicio, simpatía y personalidad, conocer los conceptos básicos de servicio de comedor y bar, gastronomía, de Vinos y licores. Estar pendiente de mantener limpia la mesa con sus respectivos manteles, el cubre, saleros, servilleteros, para así poder servir los alimentos y bebidas a cada cliente.
Remuneración:	\$ 400.

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Profesional en la área de servicio al cliente. Cursos avaluados por la Senescyt en servicio de comedor y bar, gastronomía, y de Vinos y licores.	1 año mínimo en el puesto de mesero.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Conocer la normatividad vigente para la manipulación de alimentos, así como las normas de higiene y seguridad	CONDUCTUALES: Tener buenos conocimientos de su área local, tener don para tratar con clientes, ser capaz de trabajar siguiendo un horario. Ser capaz de trabajar por su cuenta sin supervisión directa. Ser honesto, responsable y puntual.

PUESTO DE CAJERO

Detalles generales para el puesto de cajero.

Empresa	El Tártaro Vikingo
Unidad administrativa	Área de atención.
Misión del puesto	Brindar un servicio de calidad administrar en los procesar los pagos. Tener conocimientos y habilidades que le permitan ofrecer un buen servicio y ser eficiente en su labor.
Denominación del puesto	Cajero.
Rol del puesto	Crear un ambiente amigable y recibir e informar a los clientes de una manera cortés y profesional. Manejar la caja registradora del establecimiento.
Remuneración:	\$ 400.

Méritos Aspectos a considerar

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Profesional de contabilidad, tener curso de contador y de cajeros avaluados por la Senescyt.	1 año mínimo en el puesto de cajero.	Protocolo de servicio. Atención al cliente. Manejo de sistema de cobranza.	CONDUCTUALES: Tener buenos conocimientos de su área local, tener don para tratar con clientes, ser capaz de trabajar siguiendo un horario, gestionar los retrasos y las emergencias. Ser capaz de trabajar por su cuenta sin supervisión directa. Ser honesto, responsable y puntual.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.

3.1 Objetivo de mercadotecnia.

El restaurante El Tártaro Vikingo tiene como objetivo principal de mercadotecnia tener un plan de marketing que haga que su marca se poseione en la mente del consumidor por un producto de calidad y excelente servicio donde los amantes de las carnes puede disfrutar con su familias, llegando a superar sus expectativas, y a la vez logrando el incremento de ventas dentro del mercado.

3.2 Investigación de mercado.

A continuación se explica la metodología y los instrumentos de la investigación.

- **Por el propósito:**

Investigación aplicada, la cual tiende a modificar la realidad presente con alguna finalidad práctica y que para efecto este proyecto es ver que no existe un restaurante temático con su especialidad de carnes ahumadas.

- **Por el lugar:**

- * Investigación de laboratorio, la cual se realiza en bibliotecas que para efecto de este trabajo se realizó la investigación bibliográfica online en las bibliotecas del Instituto Tecnológico Internacional ITI y en la Universidad Central del Ecuador.
- * Investigación de campo, donde ocurren los hechos que para efecto de este trabajo se realizó la respectiva hoja de observación y encuestas para ver el grado de percepción y aceptación del producto, con ello se conoció el lugar y su entorno, es decir del sector de la Floresta y Coruña.

(Ver anexo 1 y 2)

- **Modalidad**

Se manejará una modalidad online y directa, a través de una encuesta con preguntas de estilo cerrada de la cual obtendremos respuestas enfocadas a la demanda, todo con el fin de conocer el grado de aceptación del producto que oferta el restaurante El Tártaro Vikingo .

Las encuestas fueron realizadas en sector de La Coruña y Whymper, ubicado en la Av. La Coruña y la Av. Whymper, sector de Guápulo, norte de Quito, en donde pudimos conocer que existen alrededor de 400 familias, de las cuales se tomó una muestra de 200 personas para ser encuestadas.

3.3 Plan de Muestreo

- ✦ Población: 400 familias.
- ✦ Población segmentada: 214 personas.

Dónde:

$$n = Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N / e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q$$

- ✦ **n** = tamaño de la muestra
- ✦ **Z** = nivel de confianza 95% = 1.96
- ✦ **e** = error en la estimación = 5%
- ✦ **P** = proporción de defectos esperados = 50%
- ✦ **Q** = probabilidad negativa = 50 %
- ✦ **N** = población segmentada

$$n = Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N / e^2 (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q$$

$$n = (1,96)^2 (0,5) (0,5) (214) / (0,05)^2 (214-1) + (1,96)^2 (0,5) (0,5)$$

$$n = 205,5256 / 1,4929$$

$$n = 137,66 \longrightarrow 138 \text{ encuestas}$$

3.4 Análisis de las Encuestas.

1. ¿Con qué frecuencia visita usted restaurantes de carne con algún tipo de temática?

Tabla N° 1

Pregunta 1		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Frecuentemente	31	22,5%
Usualmente	84	60,9%
Nunca	23	16,7%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 1. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 1. Ecuador.*

Gráfico N° 4

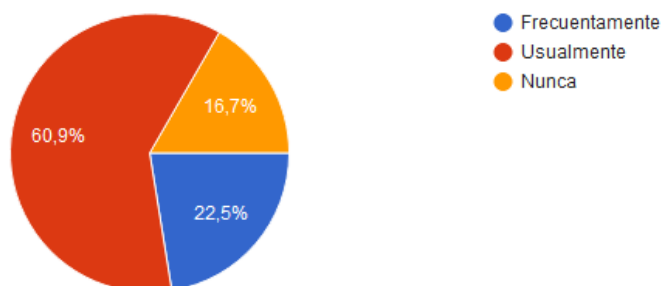


Gráfico. N°. 4. Wilber Miguez (2021). *Tabulación 1. Ecuador.*

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 60,9% usualmente visita restaurantes que venda carne con algún tipo de temática, el 22,5% frecuentemente visita restaurantes que expendan carne con algún tipo de temática mientras que el 16,7% de la población no visita restaurantes de este tipo, por lo que se puede determinar que las vistas de los restaurantes de carne con algún tipo de temática en el Norte de Quito es alto.

2. ¿Cree usted que el consumo de carnes a la parrilla es más saludable para su estilo de alimentación?

Tabla N° 2

Pregunta 2		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	68	49,3%
No	23	16,7%
Talvez	47	34,1%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 2. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 2. Ecuador.*

Gráfico N° 5

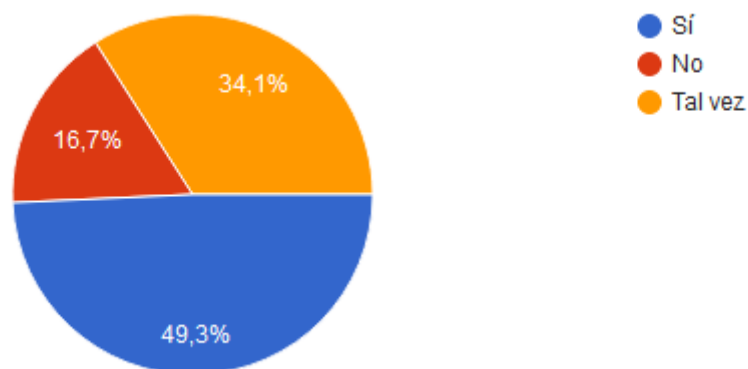


Gráfico. N°. 5. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 2. Ecuador.*

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 49,3% piensa que comer carnes a la parrilla es más saludable para el estilo de su alimentación, el 34,1% piensa tal vez comer carnes a la parrilla es más saludable para el estilo de su alimentación y el 16,7% no piensa que comer carnes a la parrilla es más saludable para el estilo de su alimentación, por lo que se puede determinar que el consumo de carne a la parrilla es más saludable en nuestra nutrición según las encuestas realizadas.

3. ¿Conoce usted sobre las propiedades de carne de la carne ahumada?

Tabla N° 3

Pregunta 3		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	54	39,1%
No	69	50%
Tal vez	15	10,9%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 3. Wilber Miguez (2021). *Tabulación 3*. Ecuador.

Gráfico N° 6

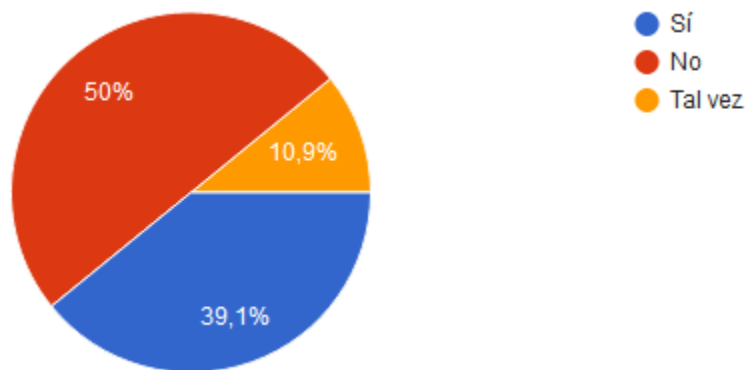


Gráfico. N°. 6. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 3*. Ecuador.

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 50% no conocen de las propiedades de la carne ahumada, el 39,1% conocen sobre las propiedades de la carne ahumada y el 10,9% tal vez tenga conocimiento de las propiedades de la carne ahumada, por lo que se puede determinar que a las personas no conocen las propiedades de la carne ahumada.

4. ¿Conoce usted sobre algún método que se puede utilizar para ahumar carnes?

Tabla N° 4

Pregunta 4		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	80	58%
No	58	42%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 4. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 4. Ecuador.*

Gráfico N° 7

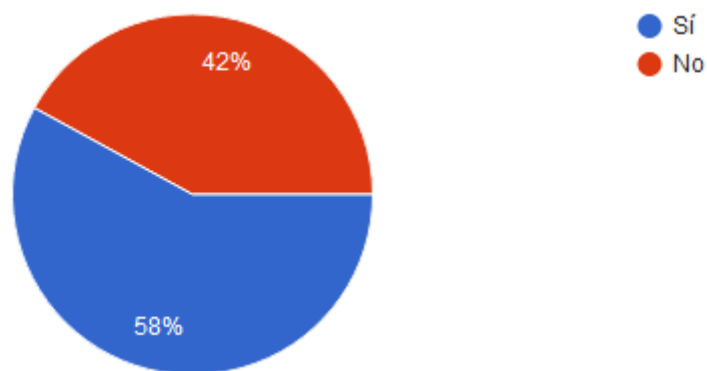


Gráfico. N°. 7. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 4. Ecuador.*

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 58% conocen de algún método para ahumar carnes; mientras que el 42% de la población no conocen de algún método para ahumar carnes por lo que se puede determinar que las personas han escuchado o han puesto en práctica algún método de ahumado para las carnes.

5. ¿Conoce usted sobre algún tipo de carnes ahumadas?

Tabla N° 5

Pregunta 5		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	83	60,1%
No	37	26,8%
Tal vez	18	13%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 5. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 5. Ecuador.*

Gráfico N° 8

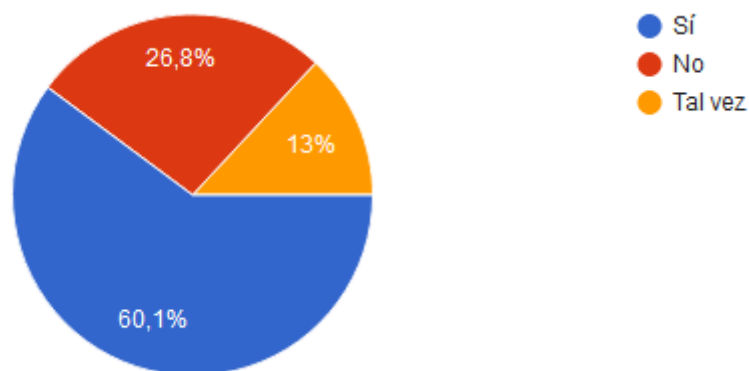


Gráfico. N°. 8. Wilber Miguez. (2021). *Tabulación 5. Ecuador.*

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 60,1% conocen algún tipo de carne ahumada, 26,8% no conocen algún tipo de carne ahumada; mientras que el 13% tal vez conoce algún tipo de carne ahumada, por lo que se puede determinar que las personas conocen o consumido algún tipo de carne ahumada.

6. ¿Consumiría usted carnes ahumadas de res, cordero y cerdo?

Tabla N° 6

Pregunta 6		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	115	83,3%
No	6	4,3%
Tal vez	17	12,3%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 6. Wilber Miguez. (2021). Tabulación 6. Ecuador.

Gráfico N° 9

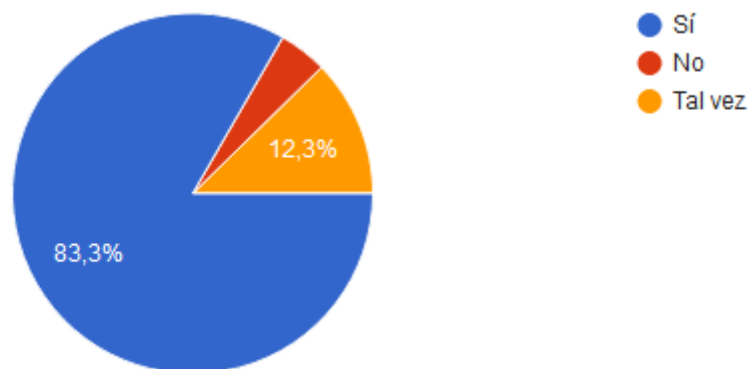


Gráfico. N°. 9. Wilber Miguez. (2021). Tabulación 6. Ecuador.

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 83,3% consumiría carnes ahumadas de res, cordero y cerdo, el 12,3% tal vez consumiría carnes ahumadas de res, cordero y cerdo; mientras que el 4,3% no consumiría este tipo método de carne, por lo que se puede determinar que las personas de existir este alimento consumiría.

7. ¿Ha visitado algún restaurante donde su especialidad sean carnes ahumadas?

Tabla N° 7

Pregunta 7		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	54	39,1%
No	74	53,6%
Tal vez	10	7,2%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 7. Wilber Miguez. (2021). Tabulación 7. Ecuador.

Gráfico N° 10

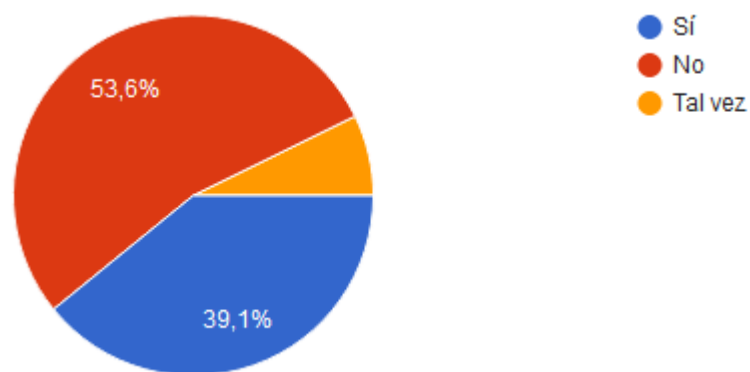


Gráfico. N°. 10. Wilber Miguez. (2021). Tabulación 7. Ecuador.

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, el 53,6% no han visitado un restaurante con la especialidad de carnes ahumadas, 7,2% tal vez han visitado un restaurante con la especialidad de carnes ahumadas, mientras que el 39,1 han visitado restaurantes con la especialidad de carnes ahumadas, por lo que se puede determinar que las personas no conocen muchos lugares o establecimiento donde pueden ofrecer carnes ahumadas como especialidad del restaurante.

8. ¿Visitaría usted un restaurante que su especialidad sean carnes ahumadas?

Tabla N° 8

Pregunta 8		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	114	82,6%
No	10	7,3%
Tal vez	14	10,1%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 8. Wilber Miguez (2021). Tabulación 8. Ecuador.

Gráfico N° 11

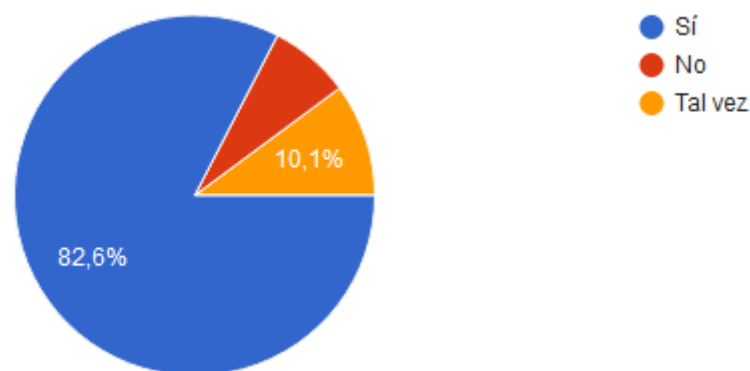


Gráfico. N°. 11. Wilber Miguez (2021). Tabulación 8. Ecuador.

Análisis.

Se puede observar que, de las personas encuestadas, el 82,6% visitaría un restaurante con su especialidad de carnes ahumadas, el 10,1% tal vez no visitaría un restaurante con su especialidad de carnes ahumadas; mientras el 7,2% no visitaría tal lugar, por lo que se puede determinar que las personas les agradarían visitar un restaurante con su especialidad de carnes ahumadas.

9. ¿Con qué guarniciones le gustaría degustar nuestras carnes ahumadas?

Tabla N° 9

Pregunta 9		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Papas fritas	50	36%
Purés	19	13,7%
Vegetales	70	50,4%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 9. Wilber Miguez (2021). *Tabulación 9. Ecuador.*

Gráfico N° 12

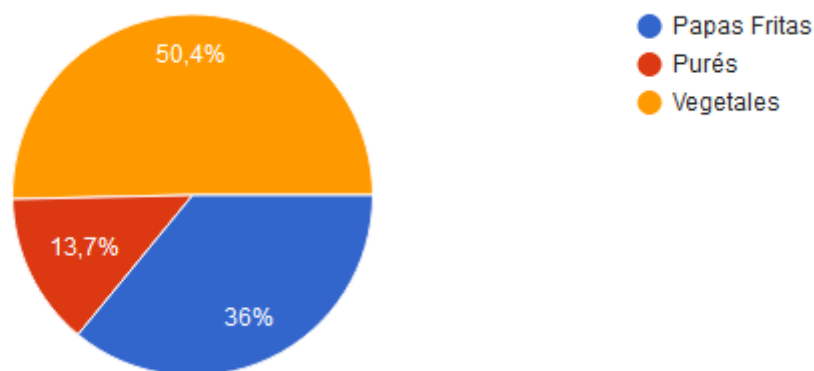


Gráfico. N°. 12. Wilber Miguez (2021). *Tabulación 9. Ecuador.*

Análisis.

Se puede observar que de las personas encuestadas, al 50,4% les gustaría degustar carnes ahumadas con guarniciones de vegetales, el 36% le gustaría degustar carnes ahumadas con guarnición de papas fritas; mientras que al 13,7% le gustaría degustar carnes ahumadas con guarnición de purés, por lo que se puede determinar que las personas están abiertas a probar carnes ahumadas con guarniciones de vegetales los cuales nos permite saber que esta guarnición va hacer las más solicitada en nuestro establecimiento.

10. ¿Con qué tipo de bebida le gustaría consumir nuestras carnes ahumadas?

Tabla N° 10

Pregunta 10		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Vino	72	51.8%
Sangría	35	25.5%
Cerveza artesanales o industriales	31	22.3%
TOTAL	138	100

Tabla. N°. 10. Wilber Miguez (2021). Tabulación 10. Ecuador.

Gráfico N° 13

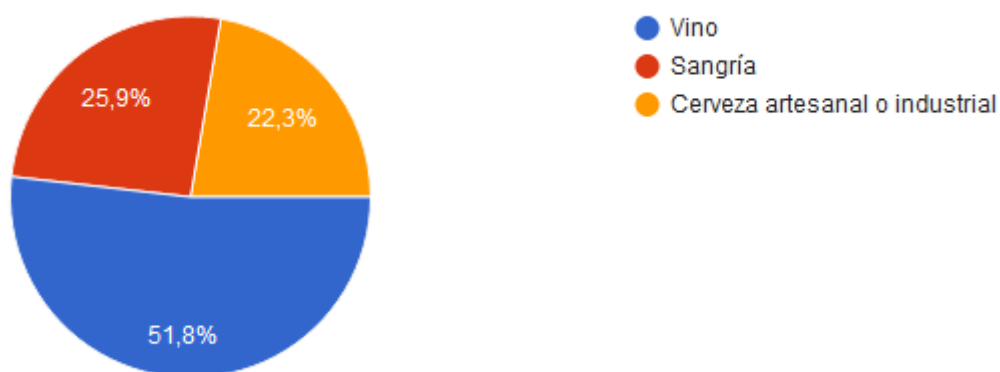


Gráfico. N°. 13. Wilber Miguez. (2021). Tabulación 10. Ecuador.

Análisis.

Se puede observar qué de las personas encuestadas, al 51,8% les gustaría degustar nuestras carnes ahumadas acompañadas de vino, el 25,9% les gustaría degustar nuestras carnes ahumadas acompañadas con sangría, mientras que al 22,3% les gustaría degustar con algún tipo de cerveza, por lo que se puede determinar que las personas están interesadas en adquirir nuestro platos y acompañarlos con cualquier tipo de vino.

Análisis General.

Gracias a los resultados obtenidos, se puede determinar que los platos que pretende dar a conocer el restaurante El Tártaro Vikingo tendrán una buena acogida por las personas que gustan del sabor y olor de las carnes ahumadas, puesto que están abiertos a probar platos nuevos e innovadores, significando oportunidades favorables para la comercialización del mismo y a la vez tener clientes frecuentes.

3.5 Entorno empresarial.

3.5.1 Micro entornó.

Para el restaurante El Tártaro Vikingo todo lo que está alrededor de la empresa del cual podemos tomar decisiones.

Gráfico N° 14

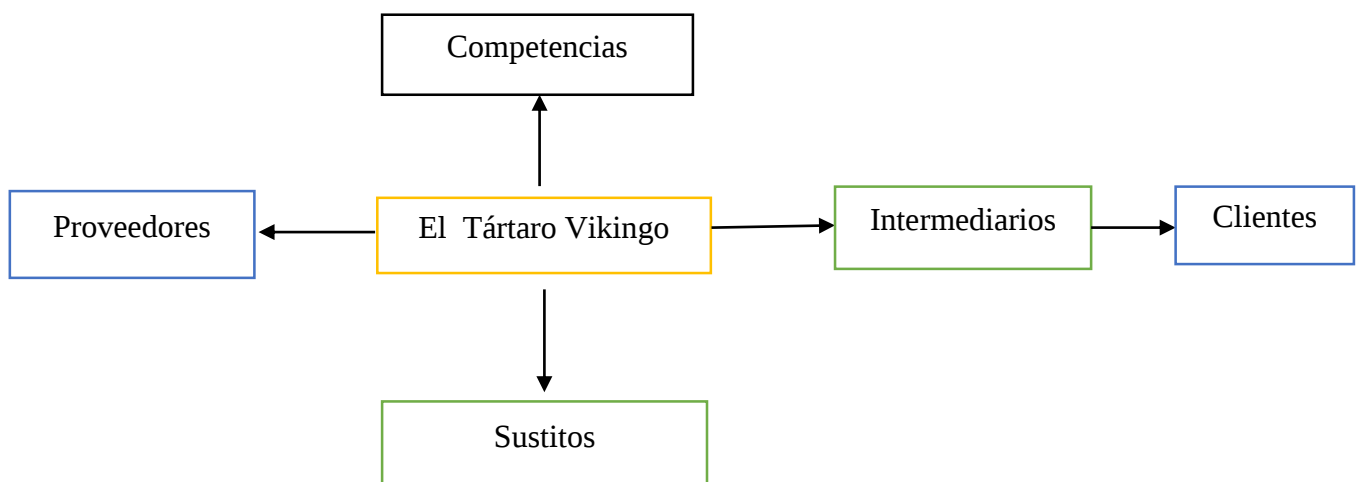


Gráfico N°. 14. Wilber Miguez. (2021). Micro entornó de la empresa. Quito.

- **Competencia.**

Como competencia directa el restaurante El Tártaro Vikingo tenemos a Loco por el Ahumado, además de otros como: Los Bifes de la Vaca, Chori Gol, Federer y Entrecot Steak House.

- **Sustituto.**

Como sustitutos tenemos a Pizza Hut Domino's Pizza, Cocina China, Latitude Food, Chile Moles & Pozole, Café Ritón, Chez Jérôme, Restaurante Pekin, Restaurante Gran Shanghái, pues se dedican a la elaboración de comida rápida y de otros países.

- **Proveedores.**

Tabla N° 11

PROVEEDORES	
PROVEEDOR	PRODUCTOS
Easylife	Productos Cárnicos
Supermaxi	Productos de ahumado
La Huerta	Legumbres
Frutimas Proveedores	Frutas
Pasteurizadora Quito	Lácteos
El Leñador Tumbaco	Madera Seca
Coca-Cola	Gaseosas
La Vanguardia	Bebidas alcohólicas

Tabla N°.11. Wilber Miguez (2021). *Tabla de proveedores.* Quito

- **Intermediarios.**

El Tártaro Vikingo no posee intermediarios porque nuestra venta se realizara de una manera directa.

- **Clientes.**

El Tártaro Vikingo está dirigida a clientes jóvenes y adultos que se han amantes y aprecian el sabor de la carne y el toque ahumado.

3.5.2 Macro entornó.

Son todos aquellos factores externos que influyen en el desarrollo y desenvolvimiento del restaurante El Tártaro Vikingo, los cuales deben ser tomados en cuenta para obtener una solidez empresarial.

Gráfico N° 15

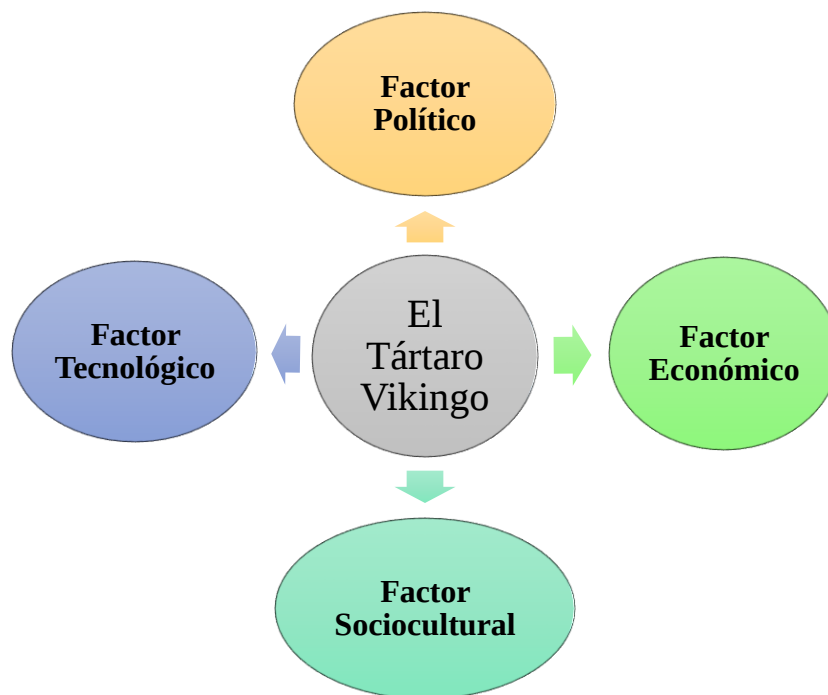


Gráfico N°. 15. Wilber Miguez (2021). *Macro entornó de la empresa*. Quito.

- **Factor Político.**

El restaurante El Tártaro Vikingo manejará la formalidad para el negocio y se desempeñará legalmente de acuerdo a las normas de funcionamiento establecidas por la Constitución de la República del Ecuador.

- **Factor Económico.**

El Tártaro Vikingo dependerá de las tasas de interés y la inflación actual de la economía del Ecuador para la fijación de precios. Se podría definir que para este tipo de emprendimiento la economía del país se mantiene regularmente estable.

- **Factor Sociocultural.**

La carne terminada a la parrilla es un producto aceptado y consumido por las personas, puesto que al tener un sabor intenso de ahumado y dar una sensación de placer para las papilas gustativas, las personas degustan de estos platos a cualquier momento del día especialmente en las noches y en ocasiones especiales.

- **Factor Tecnológico.**

Con el continuo avance de la tecnología y la creación diaria de aplicaciones para el mundo, El Tártaro Vikingo se verá beneficiado y hará uso de las mismas para crear facilidades entre el restaurante y el consumidor, además teniendo en cuenta también los cambios naturales que se pueden avecinar tanto en el medio ambiente como en la salud es por tal motivo que actualmente por el problema de salud que el mundo está atravesando el restaurante tomara medidas de bioseguridad para establecer seguridad a nuestros clientes.

3.6 Producto y servicio.

Somos un restaurante dirigido a la producción y distribución de alimentos en nuestro local ubicado en el norte de Quito; con un fin de lucro, el cual es tener ganancias a largo plazo.

Nuestro objetivo es ofrecer un producto de calidad, el cual pueda superar las expectativas de los consumidores, logrando aumentar el número de ingresos, así como también entablar una buena relación con nuestros proveedores para efectivizar la adquisición de productos necesarios en la elaboración de nuestros platos a la carta, rindiendo beneficios tanto para el cliente como para la empresa.

3.6.1 Producto Esencial.

El producto esencial es el de distribuir al mercado tres platos emblemas de nuestra carta como: T-Bone de Odín, tiradito de Lars y nuestra crema de tomate Jord entre ellos a su vez tendrán distinto sabor, olor y texturas los cuales llamaran la atención a nuestros clientes.

La importancia de llevar al mercado platos innovador, como lo son nuestras preparación donde tiene una mayor participación nuestras carnes ahumadas, es la dar a conocer las costumbres y tradiciones gastronómicas de los guerreros Vikingos, como es el consumo de carnes donde buscamos satisfacer las necesidades de un público exigente como el nuestro.

3.6.2 Producto real.

- **T-Bone de Odín. (Plato Estrella).**

Características.

T-Bone de Odín: (Corte de carne de res T- Bone ahumado termino a elegir (blue, $\frac{1}{2}$, $\frac{3}{4}$, bien cocido), vegetales asados (espárragos y pimientos), papas a la francesa, chimichurri ahumado de la casa (perejil crespo, pimienta roja, vinagre blanco, mostaza, ajo, sal y pimienta.), peso producto de 500 gramos aproximado.

Calidad.

Easylife, Agrícola Frutrimas Proveedores, Mc Cormick Aromas y Especies asegura el sabor ahumado en nuestras carnes, con altos estándares de seguridad alimentaria.

Estilo.

Este producto, al tener ingredientes que han pasado por el proceso de ahumado, su presentación al momento de emplatarse será rústica.

Marca.

El restaurante El Tártaro Vikingo adquiere su nombre en honor a los guerreros vikingos quienes apreciaba el sabor ahumado de las carnes, es por esta razón que el restaurante se basa en comida y temática vikinga, razón por la cual se escoge como slogan “El auténtico sabor nórdico” donde buscamos que nuestros clientes aprecien nuestra temática.

El logo es la imagen del rostro de un vikingo con su vestimenta original que es sombrero de yelmo de gjermbundu acompañados de dos hachas vikingas para su fácil reconocimiento de que es un restaurante de temática de vikinga en el cual representamos determinación, innovación, crecimiento y estabilidad respectivamente, asimismo son colores cálidos y llamativos.

Empaque:

Los alimentos serán entregados a nuestros clientes en envases biodegradables compostables elaborado de caña de azúcar (Envase bagasse de 2000 ml y salad box 1100 ml para poder llevar los alimentos)

- **Tiradito de Lars.**

Características.

Tiradito de Lars: (Corte de carne de res lomo ahumado, acompañado del chimichurri ahumado de la casa (Perejil fresco, pimienta roja, vinagre blanco, mostaza, ajó, sal y pimienta.) peso aproximado de 120 gramos aproximado.

Calidad

EasyLife, Agrícola Frutimas Proveedores, Mc Cormick Aromas y Especias asegura el sabor ahumado en nuestras carnes, con altos estándares de seguridad alimentaria.

Estilo.

Este producto, al tener ingredientes que han pasado por el proceso de ahumado, su presentación al momento de emplatarse será rústica.

Marca.

El restaurante El Tártaro Vikingo adquiere su nombre en honor a los guerreros vikingos quienes apreciaban el sabor ahumado de las carnes, es por esta razón que el restaurante se basa en comida y temática vikinga, razón por la cual se escoge como slogan “El auténtico sabor nórdico” donde buscamos que nuestros clientes aprecien nuestra temática.

El logo es la imagen del rostro de un vikingo con su vestimenta original que es sombrero de yelmo de gjermbundu acompañados de dos hachas vikingas para su fácil reconocimiento de que es un restaurante de temática de vikinga en el cual representamos determinación, innovación, crecimiento y estabilidad respectivamente, asimismo son colores cálidos y llamativos.

Empaque:

Los alimentos serán entregados a nuestros clientes en envases biodegradables compostables elaborado de caña de azúcar (Envase bagasse de 2000 ml y salad box 1100 ml para poder llevar los alimentos)

- **Crema de tomate Jord.**

Características.

Crema de tomate Jord (Tomate ahumados, dientes de ajo, albahaca, aceite de oliva, humo líquido, tomillo, leche de coco, crocante de aceitunas negras, láminas lomo fino ahumado) peso aproximado 200 gramos.

Calidad.

Agrícola Frutrimas Proveedores, Mc Cormick Aromas y Especies asegura el sabor ahumado en nuestras carnes, con altos estándares de seguridad alimentaria.

Estilo.

Este producto, al tener ingredientes que han pasado por el proceso de ahumado, su presentación al momento de emplatarse será rústica.

Marca.

El restaurante El Tártaro Vikingo adquiere su nombre en honor a los guerreros vikingos quienes apreciaban el sabor ahumado de las carnes, es por esta razón que el restaurante se basa en comida y temática vikinga, razón por la cual se escoge como slogan “El auténtico sabor nórdico” donde buscamos que nuestros clientes aprecien nuestra temática.

El logo es la imagen del rostro de un vikingo con su vestimenta original que es sombrero de yelmo de gjermbundu acompañados de dos hachas vikingas para su fácil reconocimiento de que es un restaurante de temática de vikinga en el cual representamos determinación, innovación, crecimiento y estabilidad respectivamente, asimismo son colores cálidos y llamativos.

Empaque.

Los alimentos serán entregados a nuestros clientes en envases biodegradables compostables elaborado de caña de azúcar (Envase bagasse de 2000 ml y salad box 1100 ml para poder llevar los alimentos)

3.6.3 Producto aumentado

El restaurante El Tártaro Vikingo ofrece el servicio de distribución de los productos ubicado en el sector de La Coruña, norte de Quito.

Además, brindará el servicio de pre-venta, en donde la persona encargada de la distribución conocerá todas y cada una de las características de los productos; también y seguido a esto contaremos con la etapa de post-venta, en la cual se realizará el seguimiento de cada uno de los pedidos, viendo que lleguen en buen estado, como lo son

sus cajas de transporte y envases, orientados así, a convertir al consumidor en un cliente satisfecho, generando fidelidad entre cliente y empresa.

3.7 Plan de introducción al mercado.

- **Distintivos y Uniformes.**

Área de Cocina:

El personal de cocina, tanto el chef ejecutivo como los ayudantes, contarán con lo siguiente:

- * Chaqueta color blanca, con distintivo de la empresa en la parte superior derecha.
- * Pico de color de vino.
- * Pantalón negro.
- * Mandil negro.
- * Champiñón blanco con logo de la empresa.

Además, todos los miembros de esta área deberán usar zapatos negros antideslizantes para evitar accidentes y guantes quirúrgicos al momento de manipular los productos.

Área de Servicio:

El personal de servicio, tanto como cajeros y meseros, contarán con lo siguiente:

- * Camisa de color café, con distintivo de la empresa en la parte superior derecha.
- * Pantalón negro.
- * Mandil negro.

Repartidor:

- * Una camiseta polo color negro con distintivo de la empresa.
- * Gorra café con logo de la empresa.
- * Jeans a elección.

- **Materiales de Identificación.**

El restaurante El Tártaro Vikingo contará con tarjetas de presentación en las cuales constará con información del Gerente Chef, datos del establecimiento, y una pequeña información sobre el mismo

Gráfico N° 16

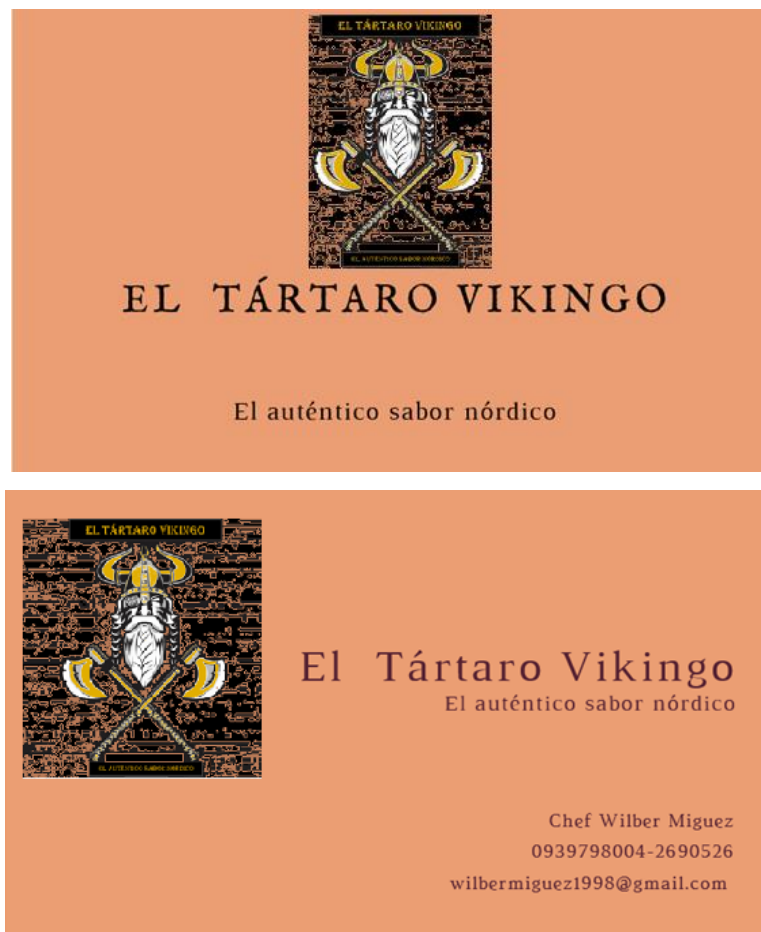


Gráfico N°. 16. Wilber Miguez. (2021). Tarjeta de presentación. Quito.

Además, contaremos con cartas de presentación para nuestros clientes y diversos establecimientos, en los cuales haremos llegar información, promociones, y diversos asuntos que tendrá el restaurante El Tártaro Vikingo.



El Tártaro Vikingo

El auténtico sabor nórdico

Establecimiento de alimentos y bebidas

Sector de la Coruña. Av. Whymper. Teléfono: 2690-526.

E-mail: [El _Tártaro _Vikingo @gmail.com](mailto:El_Tártaro_Vikingo@gmail.com)

3.8 Canal de distribución y puntos de ventas.

El canal de distribución que tiene el restaurante El Tártaro Vikingo será la entrega a domicilio sin ningún costo adicional.

- **Promoción.**
 - * Hojas Volantes.
 - * Anuncios.
- **Contacto.**
 - * Carta de presentación.
 - * Tarjetas de presentación.
- **Correspondencia.**
 - * Mails informativos.
 - * Anuncios en periódicos.
- **Negociación.**
 - * Directamente en nuestra oficina.
 - * Vía telefónica.
- **Plan de marketing.**

El restaurante El Tártaro Vikingo como parte del proceso de financiamiento utilizará los diversos medios para llegar a la mente del consumidor.

Tabla N° 12

Instrumentos Publicitarios de la Imprenta	Cantidad Anual
Cislema	
Tarjetas de Presentación	\$30 dólares 1000 unidades
Hojas Membretadas	\$90 dólares 1000 unidades
Hojas Volantes	\$60 dólares 1000 unidades
Facturas Autorizadas por el SRI	\$45 dólares 1000 unidades
Sello con el logo de la empresa	\$54 dólares 3 unidad
TOTAL	\$279

Tabla N°. 12. Wilber Miguez (2021). *Tabla de plan de marketing*. Ecuador.

3.9 Riesgo y oportunidades del negocio.

El elemento fundamental de riesgo constituye la presencia del restaurante Locos por el Ahumado, puesto que son una competencia directa al realizar carnes ahumadas, en este establecimiento utilizan ingredientes ahumados como elemento principal, significando un riesgo para el restaurante El Tártaro Vikingo.

Como oportunidad del restaurante El Tártaro Vikingo tiene a disposición de los clientes un lugar totalmente tematizado con los objetos llamativos de la comunidad Vikinga, adicional el establecimiento será alquilado para la realización de eventos corporativos o familiar.

3.10 Fijación de Precios.

Fijación de precios por receta estándar.

- T-Bone de Odín.

Tabla N°13

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	T-Bone de Odín			Código: 001
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Jueves 4 de Marzo del 2021			Chef: Wilber Miguez
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
T-Bone	g	13,00	300	3,90
Humo liquido	g	6,50	10	0,07
Salsa inglesa	g	5,80	10	0,06
Sal ahumada	g	4,32	5	0,02
Esparragos	g	3,50	36	0,21
Pimientos	g	2,50	36	0,09
Papa chola	g	3,00	80	0,24
Aceite	ml	4,50	60	0,27
Vinagre blanco	ml	5,75	10	0,06
Perejil crespó	g	1,50	15	0,02
Oregano	ml	4,00	10	0,04
Ajo	g	3,50	5	0,02
Pimiento rojo	g	2,50	10	0,03
Mostaza	g	3,25	5	0,02
Aceite	g	4,50	6	0,03
			Total Bruto	5,06
			10 % Imprevisto	0,51
			Costo Neto	5,57
			Gasto de fabr. 15%	0,83
			Factor Costo 33,33%	1,85
			M.O. 45%	2,50
			G. Adm. 12%	0,67
			45 % Utilidad	2,50
			Sub total	13,93
			12 % I.V.A.	1,67
			10 % Servicio	0,00
			Total	15,60

Tabla N°. 13. Wilber Miguez. (2020). Receta estándar. Ecuador.

- Tiradito de Lars.

Tabla N°14

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Tiradito de Lars			Codigo: 002
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Jueves 4 de Marzo del 2021			Chef: Wilber Miguez
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Lomo	g	17,50	100	1,75
Humo liquido	g	6,50	10	0,07
Salsa inglesa	g	5,80	10	0,06
Sal ahumada	g	4,32	5	0,02
Vinagre blanco	ml	5,75	10	0,06
Perejil crespó	g	1,50	15	0,02
Oregano	ml	4,00	10	0,04
Ajo	g	3,50	5	0,02
Pimiento rojo	g	2,50	10	0,03
Mostaza	g	3,25	5	0,02
Aceite	g	4,50	6	0,03
Total Bruto				2,10
10 % Imprevisto				0,21
Costo Neto				2,31
Gasto de fabr. 15%				0,35
Factor Costo 33,33%				0,77
M.O. 45%				1,04
G. Adm. 12%				0,28
45 % Utilidad				1,04
Sub total				5,78
12 % I.V.A.				0,69
10 % Servicio				0,00
Total				6,48

Tabla N°. 14. Wilber Miguez. (2020). Receta estándar. Ecuador.

- Crema de tomate de Jord.

Tabla N°15

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL PLATO:	Crema de tomate de Jord		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Jueves 4 de Marzo del 2021		Chef: Wilber Miguez	
DETALLE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Lomo	g	17,50	100	1,75
Humo liquido	g	6,50	18	0,12
Salsa inglesa	g	5,80	10	0,06
Sal ahumada	g	4,32	5	0,02
Tomate	g	5,00	150	0,75
Lata de tomate	g	4,50	100	0,45
Albahaca	g	1,75	80	0,14
Aceite de oliva	ml	5,75	10	0,06
Mantequilla	ml	7,50	5	0,04
Tomillo	g	1,75	3	0,01
Leche de coco	ml	5,75	10	0,06
Queso manchego	g	5,50	40	0,22
			Total Bruto	3,66
			10 % Imprevisto	0,37
			Costo Neto	4,03
			Gasto de fabr. 15%	0,60
			Factor Costo 33,33%	1,34
			M.O. 45%	1,81
			G. Adm. 12%	0,48
			45 % Utilidad	1,81
			Sub total	10,09
			12 % I.V.A.	1,21
			10 % Servicio	0,00
			Total	11,30

Tabla N°. 15. Wilber Miguez. (2020). Receta estándar. Ecuador.

Receta estándar de producción.

- T-Bone de Odín.

Tabla N°16

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN		
NOMBRE DE LA RECETA		T-BONE DE ODÍN.		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
T- BONE				
300	Gr	T- Bone	Limpio	Ahumado y sellado al Grill (55 C)
10	Gr	Humo liquido		
10	Gr	Salsa Inglesa		
5	Gr	Sal Ahumada	Seco	
GUANICIONES				
36	Gr	Espárragos	Lavadas	Sellado al Grill (55 C)
36	Gr	Pimientos	Lavados y cortados	Sellado al Grill (55 C)
80	Gr	Papa Chola	Lavadas y peladas	Fritura de 180°C
C/N	C/N	Aceite Vegetal		
CHIMICHURRI				
15	Gr	Perejil Crespo	Lavado	
10	Gr	Pimiento Rojo	Corte en Brunoise	Ahumado
10	Gr	Vinagre Blanco		
5	Gr	Orégano	Seco	
6	Gr	Aceite		
5	Gr	Mostaza		
5	Gr	Ajo	Hacher	
C/N	C/N	Sal		
C/N	CN	Pimienta		
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO		

		1. Procedemos a mezclar en un recipiente humo líquido y salsa inglesa y maceremos la carne por 24 horas.						
		2. Realizamos la elección del T-bone, luego procedemos a revisar la temperatura ideal de nuestra parrilla (120 a 170 C).						
		3. Colocamos nuestros pimientos y espárragos a la parrilla.						
		4. Llevamos a fritura profunda nuestras papas						
		5. Chimichurri : Picamos previamente nuestros vegetales , colocamos un bowl los ingredientes como vinagre de romero , mostaza ,ajo , sal y pimienta mezclamos muy bien y podemos servir						
		<i>Nota: Si se desea tener un proceso más profundo de ahumado dejamos macerar por 48 horas nuestra carne</i>						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
500gr	1219.59 kcal	10.73 mg	78.96 g	84.51 g	45.78g	333.72 mg	353.7 mg	4.62 g

Tabla N°. 16. Wilber Miguez. (2021). Receta estándar de producción. Ecuador.

- Tiradito de Lars.

Tabla N°17

 Tecnológico Internacional		RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN						
NOMBRE DE LA RECETA		TIRADITO DE LARS						
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES		PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL		PUNTOS DE CONTROL		
LOMO								
100	Gr	Lomo		Limpio		Ahumado y sellado al Grill (55 C)		
10	Gr	Humo liquido						
10	Gr	Salsa Inglesa						
5	Gr	Sal Ahumada		Seco				
CHIMICHURRI								
15	Gr	Perejil Crespo		Lavado				
10	Gr	Pimiento Rojo		Corte en Brunoise		Ahumado		
10	Gr	Vinagre Blanco						
5	Gr	Orégano		Seco				
6	Gr	Aceite						
5	Gr	Mostaza						
5	Gr	Ajo		Hacher				
C/N	C/N	Sal						
C/N	CN	Pimienta						
FOTOGRAFÍA		PROCEDIMIENTO						
		1. Procedemos a mezclar en un recipiente humo líquido y salsa inglesa y maceremos la carne por 24 horas.						
		2. Realizamos la elección del lomo, luego procedemos a revisar la temperatura ideal de nuestra parrilla (120 a 170 C).						
		3. Chimichurri : Picamos previamente nuestros vegetales , colocamos un bowl los ingredientes como vinagre de romero , mostaza ,ajo , sal y pimienta mezclamos muy bien y podemos servir						
		Nota: Si se desea tener un proceso más profundo de ahumado dejamos macerar por 48 horas nuestra carne						
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
150 g	370.39 kcal	3.51 mg	25.86g	27.88 g	14.37 g	87 mg	71.78 mg	1.07 g

Tabla N°. 17. Wilber Miguez. (2021). Receta estándar de producción. Ecuador.

- Crema de tomate de Jord.

Tabla N°18



Tecnológico
Internacional

RECETA ESTÁNDAR DE PRODUCCIÓN

NOMBRE DE LA RECETA		CREMA DE TOMATE JORD		
CANTIDAD	UNIDAD	INGREDIENTES	PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL	PUNTOS DE CONTROL
LOMO				
60	Gr	Lomo	Limpio	Ahumado y sellado al Grill (55 C)
10	Gr	Humo liquido		
10	Gr	Salsa Inglesa		
5	Gr	Sal Ahumada	Seco	
CREMA DE TOMATE				
150	Gr	Tomate	Lavado	Rostizado (180 C) por 5 minutos
100	Gr	Lata de tomate		
3	Gr	Albahaca	Lavada	
C/N	C/N	Aceite de oliva		
5	Gr	Mantequilla		Clarificada
8	Gr	Humo liquido		
5	Gr	Tomillo	Lavada	
C/N	C/N	Leche de Coco		
C/N	C/N	Sal		
C/N	CN	Pimienta		
CROCANTE DE QUESO				
40	Gr	Queso manchego	Laminado	
FOTOGRAFÍA	PROCEDIMIENTO			
	1. Procedemos a mezclar en un recipiente humo líquido y salsa inglesa y maceremos la carne por 24 horas.			
	2. Procedemos a escoger nuestros tomates realizamos un corte en cruz en la parte posterior del tomate, bañamos con un poco de aceite de oliva y llevamos al horno a una temperatura de 180 grados por 5 minutos.			
	3. Luego sacamos la piel de tomate y colocamos en una olla el tomate, mantequilla clarificada, la lata de tomate y el humo líquido, colocamos albahaca y tomillo dejamos que hierva por 20 minutos retiramos las hojas de albahaca y tomillo y llevamos a licuar.			

4. Procesamos la mezcla y aumentamos la leche de coco, salpimentamos al gusto.								
5. Realizamos la elección del lomo, luego procedemos a revisar la temperatura ideal de nuestra parrilla (120 a 170 C).								
6. Mientras esperamos nuestra carne salga sellada, realizamos un crocante de queso.								
<i>Nota: Si se desea tener un proceso más profundo de ahumado dejamos macerar por 48 horas nuestra carne</i>								
Porción (g)	Calorías (kcal)	Hierro (mg)	Grasas (g)	Proteínas (g)	Carbohidratos (g)	Colesterol (mg)	Sodio (mg)	Fibras (g)
200 g	670.96kcal	11.45 mg	51.71 g	31.44 g	26.61 g	108.55 mg	970.57 mg	7.76 g

Tabla N°. 18. Wilber Miguez. (2021). *Receta estándar de producción*. Ecuador.

3.11 Capacidad instalada.

3.11.1 Implementación del negocio.

- **Arriendo local.**

Tabla N°19

ARRIENDO		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$750	\$4500	\$9000

Tabla N°. 19. Wilber Miguez. (2021). *Arriendo*. Ecuador.

- **Equipos industriales.**

Tabla N° 20

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Refrigeradora industrial vertical 2 puertas	1	\$2,395	\$2,395
Cocina industrial 5 quemadores	1	\$335.00	\$335.00

Microondas	1	\$79.99	\$79.99
Parrilla S&m Bbq Gas Industrial 12.000 Btu/h	1	\$1495.00	\$1,495
Freidora eléctrica 6 litros	1	\$145.00	\$145.00
Rebanador corta papas	1	\$34.00	\$34.00
Congelador horizontal 168 Lts	1	\$289.00	\$289.00
Refrigeradora 460 Lts	1	\$829.00	\$829.00
Horno industrial	1	\$2150	\$2,150
TOTAL			\$7,751.99

Tabla N°. 20. Wilber Miguez. (20201). Equipos Industriales. Ecuador.

- Vehículo.**

Tabla N° 21

VEHÍCULO		
DESCRIPCIÓN	PRECIO	V. TOTAL
Citroën Berlingo B9 N2 Ac 1.6 5p 4x2 Tm	\$19.800	\$19.800

Tabla N°. 21. Wilber Miguez (2021). Vehículos. Ecuador.

- Equipos de Computación.**

Tabla N° 22

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop Hp 360 grados, 4 Gb ram, 64 Gb	1	\$347,21	\$347,21
Impresora CANON G2100 Multifunción	1	\$192,00	\$192,00
TOTAL			\$539,21

Tabla N°. 22. Wilber Miguez. (2021). Equipos de computación. Ecuador.

- **Muebles y Enseres.**

Tabla N° 23

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estación de trabajo oficina	1	\$129.00	\$129.00
Silla oficina	1	\$58.99	\$58.99
Mesas y sillas (Para restaurante)	16	\$520.00	\$8,320.00
Librero estantería minimalista	2	\$85.00	\$170.00
Televisor Smart Tv Tcl 32 Pulgadas	2	\$220	\$440.00
Dispensadoras de dulces	1	\$29.99	\$29.99
Estante de vinos flotantes	4	\$25.00	\$100.00
Cuadros de Vikingos	3	\$39.76	\$119.28
Vinilos de Vikingos para pared	2	\$23.21	\$46.42
Figuras Vikingas	2	\$31.00	\$62.00
Hachas Vikingas	4	\$9.50	\$38.00
Espadas Vikingas	4	\$9.67	\$38.68
Escudos Vikingos	4	\$8.41	\$33.64
Martillos de Thor	3	\$18.12	\$54.36
Cascos Vikingos	4	\$17.65	\$70.60
Cota de Malla	1	\$155.94	\$155.94
Mesones de trabajo	2	\$680.00	\$1.360
Sistema Facturación Caja Máquina Registradora Computarizada	1	\$1.200	\$1.200
Piel de cordero	2	\$50.00	\$100.00
Dispensadora de gel anti bacterial 1200 ml	1	\$58.00	\$52.00
Ollas grandes	2	\$14.99	\$44.97
Set de ollas	3	\$40.00	\$160.00
Set de sartenes 3 unidades	4	\$35.00	\$140.00
Olla de presión 10 litros	2	\$45.00	\$90.00
Bowls 36 cm	6	\$5.70	\$34.20
Bowls medianos	10	\$4.10	\$41.50
Bowls pequeños	8	\$1.20	\$9.60
Licuada	1	\$95.00	\$95.00
Cuchareta	4	\$3.46	\$13.84
Cucharones	2	\$6.99	\$13.98
Espátulas para hamburguesa	3	\$12.00	\$36.00
Pinzas	2	\$1.60	\$3.20

Balanza gramera de cocina	1	\$7.48	\$7.48
Bandejas de acero inoxidable	4	\$5.99	\$23.96
Regla magnética para cuchillos	2	\$12.00	\$24.00
Batidora Inmersión Ayudante Cocina Pica Todo Hamilton Beach	1	\$44.99	\$44.99
Colador chino	2	\$26.00	\$52.00
Colador de malla	2	\$3.99	\$7.98
Gaveta industrial	6	\$9.50	\$57.00
Mortero de piedra	1	\$12.00	\$12.00
TOTAL			\$13,490.60

Tabla N°. 23. Wilber Miguez. (2021). *Muebles y enceres*. Ecuador.

- **Equipos Industriales de seguridad.**

Tabla N° 24

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor de tipo K 10 litros	1	\$177	\$177.00
Extintor contra incendios 10 litros	1	\$17	\$17.00
Detector humor	3	\$7	\$21.00
Rótulos de seguridad	4	\$5	\$20.00
TOTAL			\$235.00

Tabla N°. 24. Wilber Miguez. (2021). *Equipos Industriales de Seguridad*. Ecuador.

- **Suministros de Oficina.**

Tabla N° 25

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma	4	\$4.90	\$19.60
Grapadora	2	\$6.40	\$12.80
Grapas (caja)	3	\$1.60	\$4.80
Archivador	5	\$3.49	\$17.45
Calculadora	1	\$2.19	\$2.19
Tarjetero Eagle 818S	1	\$4.36	\$4.36
Fechador shiny	1	\$9.33	\$9.33
Pincha papel	2	\$0.51	\$1.02
Etiquetas autoadhesivas	8	\$0.65	\$5.20
Cinta adhes embalaje	6	\$0.48	\$2.88

Notas Adhesivas	6	\$0.35	\$2.10
Resaltador	4	\$0.21	\$0.84
Esferos	10	\$0.35	\$3.50
Corrector	4	\$0.56	\$2.24
Aporyamanos	4	\$0.66	\$2.64
Portalápices	1	\$1.09	\$1.09
Regla china de aluminio	1	\$0.27	\$0.27
Perforadora	2	\$4.00	\$8.00
Carpeta plast zhao sheng	4	\$1.98	\$7.92
Folder plast	5	\$0.16	\$0.80
Porta credenciales	12	\$0.19	\$2.28
Cinta adhesiva	6	\$0.40	\$2.40
Dispensador de cinta	4	\$1.98	\$7.92
Tijera	2	\$0.69	\$1.38
TOTAL			\$123.01

Tabla N°. 25. Wilber Miguez. (2021). *Suministros de Oficina. Ecuador.*

- **Servicios Básicos.**

Tabla N° 26

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$40.00
Luz	\$50.00
Teléfono	\$20.00
Internet	\$20.00
TOTAL	\$130.00
TOTAL ANUAL	\$1.560.00

Tabla N°. 26. Wilber Miguez. (2020). *Servicios Básicos. Ecuador.*

- **Materiales de Limpieza.**

Tabla N° 27

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	6	\$1.75	\$10.50
Trapeador	4	\$2.45	\$9.80
Cloro (Galón)	4	\$3.67	\$14.68

Desinfectante	4	\$3.45	\$13.80
Lustre (6 unidades)	8	\$2.98	\$23.84
Fibra limpiadora (5 unidades)	6	\$0.84	\$5.04
Fundas basura (10 unidades)	12	\$1.42	\$17.04
Lavavajillas (5000gr)	4	\$10.99	\$43.96
Desengrasante (Caneca)	2	\$39.00	\$78.00
Dispensador toalla en rollo integral	6	\$40.00	\$240.00
Limpión Industrial (600 Mts)	6	\$14.00	\$84.00
Cepillo sanitario	4	\$1.00	\$4.00
Pala	6	\$1.50	\$9.00
Jabón líquido manos	6	\$4.47	\$26.82
Coche de limpieza	1	\$50.00	\$50.00
Papel higiénico industrial	6	\$1.61	\$9.66
Toallas de papel (paquete)	6	\$1.76	\$10.56
Guantes bicolor estrella	12	\$1.00	\$12.00
TOTAL			\$662.70

Tabla N°. 27. Wilber Miguez (2021). *Materiales de limpieza*. Ecuador.

3.12 Estudio arquitectónico.

- Estructura interna del Establecimiento.

Plano (Ver Anexo N°3)

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.

Para mantener la formalidad de restaurante, este requiere ajustarse a su lugar de ubicación por lo que se necesita tener los siguientes documentos:

4.1 Servicio de Rentas Internas / SRI.

4.1.1 RUC (Registro Único de Contribuyente).

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas. Se necesita:

- * Original y copia de la cédula de identidad.
- * Original del certificado de votación del último proceso electoral.
- * Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio del contribuyente.
- * Formulario de la actividad a la que vamos a pertenecer.

4.2 Municipio de Quito.

El Municipio se encarga de entregar los siguientes documentos:

4.2.1. Patente Municipal.

- * Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- * Formulario de inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos firmado por el contribuyente o apoderado.
- * Numero de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica.
- * Copia de la cédula.
- * Copia de la papeleta de votación.

- * Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
- * Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica).
- * Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica).
- * En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastara una carta de autorización sencilla.

Este trámite lo pueden realizar en todas las Administraciones Zonales del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

4.2.2. Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).

- * Formulario de solicitud de LUAE.
- * Formulario reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para LUAE.
- * Pago de la patente municipal.
- * Copia de la cédula.
- * Copia de la papeleta de votación.
- * Copia de la factura de un servicio básicos del domicilio tributario.
- * Foto de Rótulo, medidas y materiales del mismo.
- * Autorización del dueño del predio, en el que le permite colocar el rótulo.
- * En caso que el trámite lo realice una tercera persona, bastará una carta de autorización sencilla.

4.2.3. Permiso de funcionamiento del ministerio del interior o P.A.F. (Permisos Anuales de Funcionamiento).

- * Ingresar a la página:
http://www.mdi.gob.ec/app.sitmint7/logueo/login_ms_pf.php
- * Regístrese como usuario del sistema P.A.F.
- * Regístrese su establecimiento.
- * Ingrese un trámite de nuevo permiso.
- * Generar trámite.

- * Verificación de requisitos: Aquí se debe adjuntar la Patente y LUAE.
- * Notificaciones recibidas: para conocer la fecha de pago del permiso en el Banco de Pacífico.
- * Cancela el comprobante de pago.
- * Ingresar al portar para imprimir el Permiso Anual de Funcionamiento.

4.2.4. Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

- * Ingresar a la página:
<http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>
- * Crear el usuario y contraseña.
- * Declarar el año en curso.
- * Llenar datos de establecimiento.
- * Aceptar y declarar.
- * Acercase al Banco del Pacífico o BanEcuador con el comprobante de ARCSA después de 24 horas.
- * Al cabo de 48 horas revisar el portal del ARCSA para obtener su permiso de funcionamiento.

4.2.5. Registro de Alimentos y Bebidas en el Ministerio de Turismo (Según Categorización).

- * Registro único de contribuyentes (RUC) (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción de Infodigital).
- * Cédula de identidad (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción de Infodigital).
- * Papeleta de votación (verificar técnico de Registro y Estadística y/o Técnico de Gestión y Promoción de Infodigital).

- * Copia de contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
- * Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre del establecimiento en las ciudades de Quito.
- * Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local.
- * Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- * Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- * Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).

4.2.6. Registro Turístico en Quito Turismo (Según categorización): El Registro Turístico que es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen cualquiera de las actividades turísticas, y consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades en el cual se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

4.3 Cuerpo de Bomberos.

- * Solicitud de inspección
- * Declaración
- * Formato de inspección de locales comerciales
- * Factura de la compra o mantenimiento del extintor
- * Detector de gas
- * Instalaciones de gas

- * Instalaciones Eléctricas
- * Documentos para la recaudación
- * Carta del pago del impuesto predial
- * Copia de cédula
- * Copia del RUC

4.4 Ministerio del Trabajo.

- * Registro información del empleador
- * Registro dirección del empleador
- * Ingresar datos del representante legal

4.5 Ministerio de Turismo.

- * Copia del RUC
- * Detalle del inventario valorado de activos fijos de la empresa o persona natural para el ejercicio de la actividad económica.
- * Declaración del 1x1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales.
- * Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable del uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado.
- * Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

4.6 Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social / IESS.

- * Solicitud de entrega de clave (Impreso)
- * Copia del RUC
- * Copia de cédula de identidad
- * Copia papeleta de votación
- * Copia pago de servicio básico
- * Calificación artesanal

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.

5.1 Objetivo de área.

El objetivo principal del estudio de los impactos ambientales es el prevenir, mitigar y restaurar el daño que se pueda causar al medio ambiente, de esta forma contribuir en la prevención de la contaminación ambiental haciendo uso de buenas prácticas que mitiguen los impactos negativos al ambiente que pueda producir el restaurante.

El impacto social estará dado dentro de la comunidad en donde se encuentra ubicado el restaurante, obteniendo como resultado aspectos tanto positivos como negativos, debido a los efectos que produce el restaurante al realizar sus actividades comerciales.

El Tártaro Vikingo mantendrá como unas de sus prioridades la mitigación de la contaminación ambiental, por medio de la utilización de productos amigables con el medio ambiente, como lo son empaques y fundas biodegradables en la comercialización de sus productos y el manejo de contenedores apropiados para la separación de residuos de acuerdo a su categorización dentro y fuera de las instalaciones.

5.2 Impacto ambiental.

Identificación de posibles impactos ambientales.

- **Contaminación del agua:** La utilización de productos químicos para la limpieza, desinfección y sanitación del establecimiento provocará la contaminación del agua.
- **Desperdicio de agua:** Al no tener un control eficiente del consumo de agua dentro del restaurante, puede provocar un desperdicio de agua de forma inadecuada.
- **Contaminación por basura:** Esta dada por los desechos que se generan por la comercialización de los productos, y que los clientes desechan dentro o fuera del negocio.

- **Contaminación por desechos del área de producción:** El mal manejo de los desechos generados dentro del proceso de producción, pueden promover la aparición de plagas y bacterias patógenas dentro de esta área.
- **Consumo de electricidad:** El equipo y la maquinaria utilizada dentro del establecimiento, puede llegar a consumir demasiada electricidad si no tienen un mantenimiento constante e inspecciones periódicas de su funcionamiento.

Medidas para contrarrestar impactos encontrados.

- Utilización de envases y fundas biodegradables.
- Correcto manejo de los residuos generados por productos químicos de limpieza, asegurándose de que al ingresar a las tuberías no existan fugas que puedan llegar a contaminar el agua.
- Revisiones periódicas del manejo de materias primas y de desechos dentro del área de producción.
- Colocación de contenedores diferenciados para la clasificación de basura y desechos producidos.
- Realización de mantenimiento semestral a la maquinaria y equipos del establecimiento.
- Capacitación al personal de la correcta utilización de maquinaria y equipos.

5.3 Impacto social.

Bajo normas legales.

El restaurante El Tártaro Vikingo está constituida bajo normas legales vigentes en el país, por lo que se garantiza que las actividades económicas realizadas por el establecimiento son lícitas y amparadas por el Código de Trabajo y la Constitución de la República del Ecuador.

Generar fuentes de trabajo.

El restaurante El Tártaro Vikingo busca generar fuentes de empleo para los practicantes de cocina del sector en donde se encuentra ubicada, sin discriminación ya sea de género, edad, cultura u origen. Trabajarán con proveedores propios del lugar, al igual que se adquirirá materia prima de los mercados del sector, de esta forma beneficiando a los habitantes del Municipio de Quito.

Mejoramiento de nivel de ingresos.

El restaurante El Tártaro Vikingo al crear fuentes de empleo para los practicantes de cocina del sector y para sus negocios, mejora el ingreso de los mismos dándoles mayor impulso para continuar con sus actividades y promover sus productos. Cabe destacar que también se aportará a la generación de impuestos y contribuciones, adicionalmente que dependiendo de su éxito podrá expandirse a otros sectores del país.

Igualdad de género.

El restaurante acogerá a empleados de distintos géneros y edades, siempre y cuando cumplan con los requerimientos dados por el restaurante. Al igual que se tomará en cuenta y se apoyará a personas con discapacidad calificadas para desenvolverse en el puesto de trabajo.

Cada uno de los trabajadores se beneficiará de los mismos derechos y se someterá a las mismas obligaciones dadas por el negocio y las leyes del Ecuador. Se contará con capacitaciones constantes con el fin de fomentar que el ambiente laboral sea el idóneo para la realización de sus actividades.

Satisfacción de una necesidad social prioritaria.

El restaurante El Tártaro Vikingo cubrirá la necesidad fisiológica de alimentación, entregando al consumidor un establecimiento seguro y confortable, en el cual se manejan buenas prácticas de manufactura y se entrega un producto final inocuo y saludable con un servicio de calidad.

Las instalaciones del establecimiento contarán con todas las medidas de bioseguridad para que el cliente se sienta seguro y confiado al estar dentro del lugar y al consumir los productos del restaurante.

Se capacitará y motivará al personal con el fin de que se sientan comprometidos en realizar un buen trabajo y en mantener un excelente ambiente laboral, lo cual se verá reflejado en la aceptación del consumidor hacia el negocio.

6. Proceso financiero

6.1. Introducción.

En el capítulo presente se detalla a continuación el análisis financiero del proyecto en cuestión donde se permitirá definir la factibilidad del mismo desde el punto de vista económico, dando a su vez la pauta de iniciación.

6.2. Inversiones.

La inversión no es el capital empleado en cualquier actividad o negocio legal con el objetivo de mantenerlo y poco a poco incrementarlo y por ende la recepción de beneficios posteriores.

Se encuentra una Inversión que consta de **Activos Fijos**: que involucra equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$39302,4.

Tabla N° 28

INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
Edificio	0
Vehículo	19800
Equipos Ind./ seguridad	7986,99
Equipos de Computación	539,21
Muebles - enseres	10976,2
Total	39302,4

Tabla N° 28. *Inversiones.* (2021). Wilber Miguez.

6.3. Activos diferidos.

Corresponde a todos los gastos o inversión para la creación del restaurante.

Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$600 lo que corresponde a pago para obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla N° 29

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$600

. Tabla N° 29. *Activos diferidos*. (2021). Wilber Miguez.

6.4. Capital de trabajo.

Son todos los recursos a utilizar en el transcurso de 1 año como: sueldos, servicios básicos, etc.

En lo que corresponde al establecimiento, en el periodo de un año cuenta en sueldos con veinticinco mil quinientos ochenta y tres dólares con veinte centavos, servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de mil – quinientos sesenta dólares, material de oficina (papelería, lápiz, etc) con ciento veintitrés dólares - un centavo, material de limpieza (trapeador, desinfectante, etc) seiscientos sesenta y dos dólares con setenta centavos , el alquiler de local por nueve mil dólares , publicidad con doscientos setenta y nueve dólares, adquisición de materia prima de tres mil dólares, gastos financieros tres mil – quinientos dólares , el total de la Inversión es de ochenta y seis mil ciento veinticuatro dólares con setenta y un centavos .

Tabla N° 30

CAPITAL DE TRABAJO	
Sueldos	25583,2
Servicios Básicos	1560
Material oficina	123,01
Material limpieza	662,70
Servicio auto	0

Alquiler local	9000
Publicidad	279
Adquisición de materia prima	3000
Gastos financieros	3.500,00
TOTAL INVERSIÓN	86124,71

Tabla N° 30. Capital de trabajo. (2021). Wilber Miguez.

Tabla N° 31

Activos Fijos.	41816,80
Activo Diferido.	600
Capital de Trabajo.	43707,91
Total Inversión	86124,71

Tabla N° 31. Detalles de inversión. (2021). Wilber Miguez.

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$86124,71.

6.5. Sueldos.

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla N° 32

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Gerente chef	600	7200	680,4	874,8	7394,4
Ayudante de cocina	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Mesero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
Cajero	400	4800	453,6	583,2	4929,6
TOTAL	1800	21600	2041,2	2624,4	22183,2

Tabla N° 32. Sueldos. (2021). Wilber Miguez.

Tabla N° 33

PERSONAL	SUELDOS	DECIMO 4°	DECIMO 3°	TOTAL DECIMOS
Gerente chef	600	400	600	1000
Ayudante de cocina	400	400	400	800
Mesero	400	400	400	800
Cajero	400	400	400	800
TOTAL	1800	1600	1800	3400

Tabla N° 33. Decimos. (2021). Wilber Miguez.

Tabla N° 34

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
22183,2	3400	25583,2

Tabla N° 34. Sueldos totales. (2021). Wilber Miguez.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$25583,2 anual, mientras que mensual será de \$1800.

6.5. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$6287.48.

Tabla N° 35

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS.		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	7986,99	10%	798,699
Edificio	0	20%	0
Vehículos	19800	5%	3960
Equipos de Computación	539,21	33,33%	179,718693
Muebles y Enseres	13490,60	10%	1349,06
TOTAL			6287,48

Tabla N° 35. Depreciación de activos fijos. (2021). Wilber Miguez.

6.6. Amortizaciones.

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a ciento veinte dólares, ya que el monto por constitución equivale a seis cientos dólares.

Tabla N° 36

AMORTIZACIONES		PORCENTAJE AMORTIZACIÓN	
Gastos de Constitución	600	20%	120

Tabla N° 36. Amortizaciones. (2021). Wilber Míguez.

6.7. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: **Capital Propio** con la suma de \$61124,71 que equivale a una estructura del 71%; costo 13% con una tasa de descuento de 9,1 %; por otra parte el **Capital Financiero** \$25000 que con una estructura del 29% , el costo 14 % que otorga el 4.2 % de tasa de descuento; con un **Total Inversión** de \$86124,71 que en la suma absoluta nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,3% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla N° 37

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	61124,71	71%	13%	9,1%	
Capital Financiero	25000	29%	14%	4,2%	
TOTAL INVERSIÓN	86124,71	100%		13,3%	TMAR

Tabla N° 37. Capital. (2021). Wilber Míguez.

6.8. Tabla de amortización.

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla N° 38

MONTO	25000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	25000
1	7282,09	3.500,00	3.782,09	21.217,91
2	7282,09	2.970,51	4.311,58	16.906,33
3	7282,09	2.366,89	4.915,20	11.991,13
4	7282,09	1.678,76	5.603,33	6.387,80
5	7282,09	894,29	6.387,80	0,00
		11.410,44		
			INTERES ANUAL	3.500,00
			INTERES SEMESTRAL	1750,00

Tabla N° 38. Amortización. (2021). Wilber Miguez.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de veinticinco mil dólares con una tasa del 14 % en un plazo de cinco años; lo que conlleva al pago de once mil cuatrocientos diez dólares con cuarenta y cuatro centavos que corresponde al pago de interés y a su vez el pago capital de veinticinco mil dólares que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.9. Punto de equilibrio

Tabla N° 39

Materia prima	250
Arriendo	750
Sueldos	2131,93
Servicios. Básicos	130
Total	3261,93

Tabla N° 39. Datos punto de equilibrio. (2021). Wilber Miguez.

Tabla N° 40

Precio	13,93
Costo	5,06

Ganancia	8,87	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
----------	------	---------------------------

Tabla N° 40. Margen de contribución. (2021). Wilber Miguez.

Tabla N° 41

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION			
PE=	368		
T-Bone de Odín	368		
Venta diaria	12,3		
VENTA	368	13,9	5122,7
COSTO	368	5,06	1860,8
GASTO			3261,93
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla N° 41. Punto de equilibrio. (2021). Wilber Miguez.

Tabla N° 42

825	11492,25	137907	Ventas
825	4174,5	50094	Costo

Tabla N° 42. Ventas /Costos. (2021). Wilber Miguez.

En el punto de equilibrio se establece la cantidad de platos estrellas a vender para poder tener una rentabilidad, estableciendo como punto de venta 12,3 = 12 platos para no llegar a la quiebra.

6.10 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla N° 43

Costos de ventas						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		137907,00	142058,00	146333,95	150738,60	155275,83
COSTO DE VENTAS		50094,00	51601,83	53155,04	54755,01	56403,14
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		87813,00	90456,17	93178,90	95983,59	98872,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS		25583,20	26353,25	27146,49	27963,60	28805,30

SERVICIOS BASICOS		1560,00	1606,96	1655,33	1705,15	1756,48
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		785,71	809,36	833,72	858,82	884,67
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		9000,00	9270,90	9549,95	9837,41	10133,51
PUBLICIDAD		279,00	287,40	296,05	304,96	314,14
DEPRECIACIONES		6287,48	6287,48	6287,48	6287,48	6287,48
AMORTIZACIONES		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
UTILIDAD OPERATIVA		44197,61	45720,83	47289,89	48906,18	50571,12
GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		40697,61	42750,32	44923,00	47227,42	49676,83
BASE IMPOSITIVA		14752,88	15496,99	16284,59	17119,94	18007,85
UTILIDAD NETA		25944,73	27253,33	28638,41	30107,48	31668,98

Tabla N° 43. Costo de ventas. (2021). Wilber Miguez.

La tabla es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$25944,73 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$31668,98.

6.11. Flujo de caja.

El flujo de caja se entiende en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado o preestablecido, permitiendo así llevar un control tanto de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de liquidez que posee la empresa.

Tabla N° 44

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		44197,61	45720,83	47289,89	48906,18	50571,12
DEPRECIACION		6287,48	6287,48	6287,48	6287,48	6287,48
AMORTIZACION		120,00	120,00	120,00	120,00	120,00

- BASE IMPOSITIVA		14752,88	15496,99	16284,59	17119,94	18007,85
- GASTOS FINANCIEROS		3500,00	2970,51	2366,89	1678,76	894,29
- PAGO CAPITAL		3.782,09	4.311,58	4.915,20	5.603,33	6.387,80
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	- 86124,71	28.570,12	29.349,22	30.130,69	30.911,63	31.688,66

Tabla N° 44. Flujo de caja. (2021). Wilber Miguez.

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$28.570,12, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$31688,66.

6.12. Calculo del tir y el van

Para la culminación de este análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.12.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión (-); el van es bueno cuando es mayor a cero (0); por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$ 19.445,65.

6.12.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 21,62% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 8.31% con el TMAR.

Tabla N° 45

VAN	19.445,65
TIR	21,62%
TMAR	13,29%

Tabla N° 45. Cálculo del VAN/ TIR. (2021). Wilber Miguez.

CAPÍTULO 7

7.1. Conclusiones.

En base a los resultados obtenidos tras la investigación se han llegado las siguientes conclusiones:

- En el estudio técnico, se han considerado las alternativas más recomendables en aspectos como: tecnología y equipamiento, infraestructura, tamaño e ingeniería del proyecto, personal necesario, ubicación idónea y los ámbitos legales necesarios para un buen desarrollo de las actividades, estableciéndose bajo el nombre de "El Tártaro Vikingo".
- En el estudio del proceso de impacto ambiental y social el restaurante El Tártaro Vikingo mantendrá como unas de sus prioridades la mitigación de la contaminación ambiental, por medio de la utilización de productos amigables con el medio ambiente, además busca contrarrestar los impactos de la utilización de envases biodegradables, el correcto manejo de los residuos, la revisión periódica del manejo de materias primas y de desechos dentro del área de producción. Busca generar fuentes de empleo para los practicantes de cocina del sector en donde se encuentra ubicada, sin discriminación ya sea de género, edad, cultura u origen.
- Con la realización del estudio económico y su respectiva evaluación financiera, se considera que el presente proyecto es viables, dado que promete un VAN de \$21.807,19, TIR del 22,92% y TMR de 13,30%, tras 5 años de funcionamiento previo una inversión de \$ 83560,3 los cuales sería financiado a través de la aportación de una identidad financiera la cantidad de \$25000 a una tasa de interés del 14% por 5 años.

7.2. Recomendaciones.

En relación a lo concluido se recomienda lo siguiente:

- Ampliar la estrategia de marketing planteada y actualizaría constantemente en base a las necesidades de los consumidores, ya que sería una buena forma de mantener la participación en el mercado creando fidelidad de consumo del mercado local.
- Llevar a cabo las alternativas planteadas en el estudio técnico, ya que de esta forma se cumplirá con normalidad las metas de producción y ventas propuestas.
- Ampliar las estrategias de bioseguridad para brindar una seguridad amplias para nuestro cliente cumpliendo el aforo y horario de atención aplicado por el COE Nacional (Servicio Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias)

7.3. Bibliografía.

7.4. Anexos.

7.4.1. Ficha de observación

El sector de la Coruña, es una zona ubicada en el Centro- Norte de la ciudad de Quito, comienza en el redondel de la Floresta y finaliza en el redondel del Chunchi, la movilidad de las personas en este sector comienza desde las 7:00 de la mañana hasta las 23:00 pm de lunes a viernes esto es por motivos de las diferentes empresas que podemos visualizar en la zona, los días sábados y domingos la circulación de las personas comienza a tener mayor flujo entre las 17:00 pm hasta las 23:00pm.

Anexo N° 1

SECTOR	La Coruña
AVENIDAS QUE TOMARON EN CUENTA PARA REALIZAR LA FICHA DE OBSERVACIÓN	1. Av. Madrid y Av. Coruña. 2. Av. 12 de Octubre y Av. Coruña. 3. Av. Francisco de Orellana y Av. Coruña. 4. Av. González Suarez y Av. Coruña. 5. Av. Whymper y Av. Coruña. 6. Av. De la Republica y Av. Coruña. Para realizar este estudio se comenzó desde la Av. Madrid hasta la Av. Whymper y Coruña.
ESTATUS SOCIAL	Clase Media Alta
INSTITUCIONES ACADÉMICAS	• Unidad Educativa la Inmaculada • Universidad Metropolitana • Universidad Andina Simón Bolívar • Escuela de los Chefs • Instituto Tecnológico Internacional ITI

EMPRESAS Y EDIFICIOS

- Banco de Pichincha
- Edificio Pucara.
- Centro Estético Integral Slepender
- Edificio Galley
- Edificio Málaga
- Condominio Artiga
- Altanaza Plaza
- Hispana Seguros
- Edificio Austria
- Ecuamerican
- Edificio San Ignacio
- Equifax
- Produbanco
- PACARIA casa de las experiencias
- SIGMAN Expertos en clima
- Electrolux
- Coruña Plaza
- Direct TV
- Fideval
- Avianca
- EMS Revolution
- La Vanguardia
- Katari
- Happy Laser
- Importadora Tomebamba TOYOTA
- Chevrolet
- Sabai
- JAC Motors
- Edificio Noa
- Edificio Orellana
- Squadra Diseño Versatil
- Kare 100 Shops

	• Torre Latina Seguros • La Macaria • Florería Jardines • Quito Motors
COMPETENCIAS	• Los Bifes de la Vaca • Chori Gol • Federer • Entrecot Steak House • Loco por el Ahumado
SUSTITOS	• Mar y Luna (Cocina Peruana) • Restaurante Juachi (Comida Tradicional) • Chick Pollos (Restaurante Aire Libre) • Liberato (Club del Té) • Nonna´s Pasta Shop (Pasta Fresca Francesa) • Montañas (Café Árabe) • Bigote Pizzeria • El Señor del Encebollado • Panificadora Ambato • Quckly • Pizza Hut • Domino´s Pizza • Cocina China • Latitude Food • Chile Moles & Pozole • Café Ritón • Chez Jérôme • Restaurante Pekin • Camino del Sol • Restaurante Gran Shanghai • Passion For Sugar • La Barrica

7.4.2. Formato de la encuesta.

Anexo N° 2

Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante con cocina de parrilla en el sector de la Coruña al norte de la ciudad de Quito.

Descripción del formulario

1. ¿Con qué frecuencia visita usted restaurantes de carne con algún tipo de temática? *

- ☐ Frecuentemente
- ☐ Usualmente
- ☐ Nunca

2.¿Cree usted que el consumo de carnes a las parrillas es más saludable para su estilo de alimentación? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

3. ¿Conoce usted sobre las propiedades de carne de la carne ahumada? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

4. ¿Conoce usted sobre algún método que se puede utilizar para ahumar carnes ? *

- ☐ Sí
- ☐ No

5.¿Conoce usted sobre algún tipo de carnes ahumadas?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

6. ¿Consumiría usted carnes ahumadas de res, cordero y cerdo?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

7. ¿A visitado algún restaurante donde su especialidad sean carnes ahumada? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

8. ¿Visitaría usted un restaurante que su especialidad sean carnes ahumadas? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

9. ¿Con qué guarniciones le gustaría degustar nuestras carnes ahumadas? *

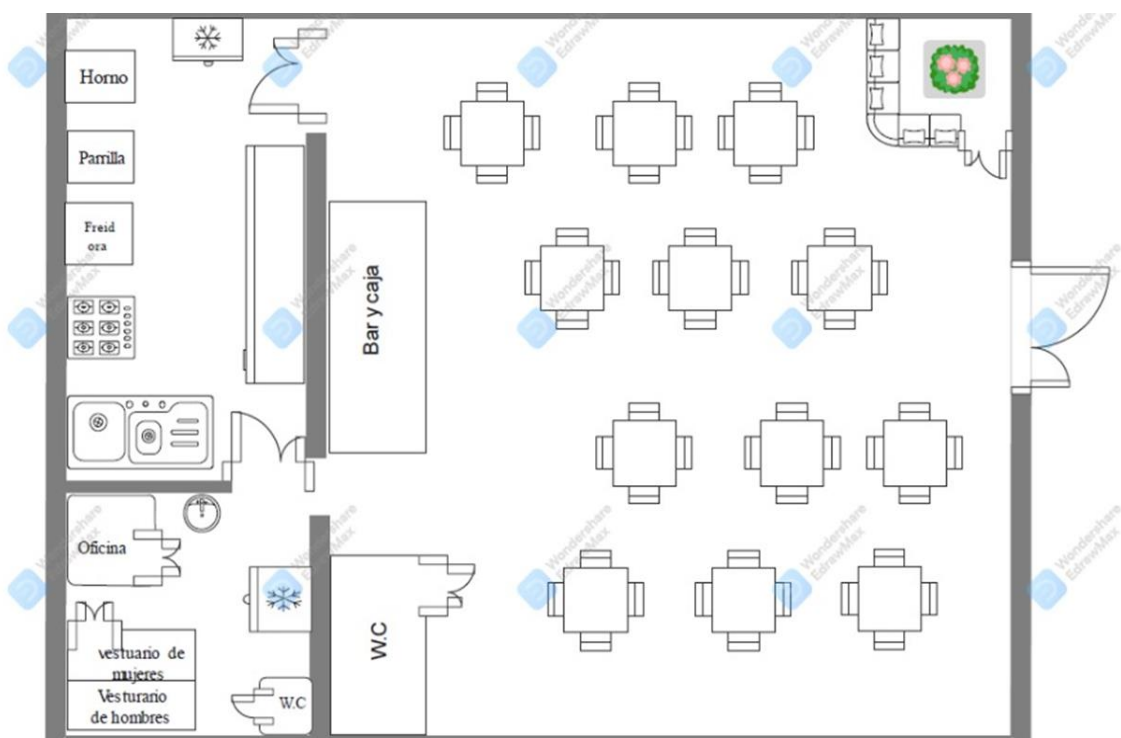
- ☐ Papas Fritas
- ☐ Purés
- ☐ Vegetales

10. ¿Con qué tipo de bebida le gustaría consumir nuestras carnes ahumadas? *

- ☐ Vino
- ☐ Sangría
- ☐ Cerveza artesanal o industrial

7.4.3. Plano.

Anexo N° 3



Anexo. N°. 3. Wilber Miguez. (2021). *Plano*. Ecuador.

7.4.4. Proformas.

Proformas realizada a la Imprenta Císmela

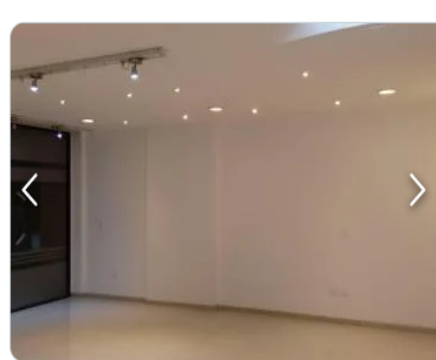
Anexo N° 4

Instrumentos Publicitarios de la Imprenta Cislema	Cantidad Mínima	Cantidad Máxima
Tarjetas de Presentación	\$15 dólares 100 unidades	\$30 dólares 1000 unidades
Hojas Membretadas	\$25 dólares 100 unidades	\$90 dólares 1000 unidades
Hojas Volantes	\$40 dólares 100 unidades	\$60 dólares 1000 unidades
Facturas Autorizadas por el SRI	\$15 dólares 100 unidades	
Sello con el logo de la empresa	\$18 dólares 1 unidad	
TOTAL	\$113	\$180

Anexo N°. 4. Wilber Miguez (2021).Proformas realizada a la Imprenta Císmela. Ecuador.

Proforma realizada para el arriendo del local.

Anexo N° 5



USD 750

CORUÑA

González Suárez, Quito

73 m²

2 hab.

1 estac.

Hermoso Local Arriendo (Mac) - Sector Coruña

Lindo local arriendo. muy bien iluminado. ventanales grandes. 73 M2 d...





Contactar

Anexo N°. 5. Wilber Miguez (2021).Proforma realizada para el arriendo del local. Ecuador.

Proforma Vehicular.

Anexo N° 6



2019 - 45000 km

**Citroen Berlingo B9 N2 Ac
1.6 5p 4x2 Tm**



Publicado el 19/02/2021

U\$S19.800

📍 El vehículo está en Machala - El Oro

Escribe tu consulta...

Preguntar

Información sobre el vendedor

Anexo N°. 6. Wilber Míguez (2021).Proforma Vehicular. Ecuador.

Proforma de equipos de computación

Anexo N° 7

**Laptop Hp 360 grados,
4gb ram, 64gb, bt, touch,
2 camaras**

347,21 \$



Qty:

-

1

+

AGOTADO

🔗 No hay suficientes productos en stock

Descripción corta



HP 10-P018 Detachable Atom X5-Z8350 1.44GHz 64GB
eMMC 4GB 10.1" (1280x800) EDGE-TO-EDGE GLASS
TOUCHSCREEN BT WIN10 2 Webcams SILVER Detachable
Keyboard

¡En oferta!

Impresora canon G2100 Multifunción Sistema de tinta original

192,00 \$



Qty: - 1 +

AGOTADO

🔗 No hay suficientes productos en stock

[Descripción corta](#)



Impresoras con Tanques de Tinta Integrados de Fácil Recarga

[Descripción](#)



[Detalle](#)



**Anexo N°. 7. Wilber Miguez (2021). Proforma de equipos de computación.
Ecuador.**

Proforma de Equipos Industriales de seguridad

Anexo N° 8



Extintor Tipo K(cold Fire) 10 Litros Camein Venta Y Recarga
U\$S 177



Extintores Contra Incendios De 10 Lbrs. Polvo Químico Seco
U\$S 17



Detector Sensor De Humo Incluye Batería

U\$S 7



Rotulos, Letreros Y Señaletica En General

U\$S 5

Anexo N°. 8. Wilber Miguez. (2021). *Proforma de Equipos Industriales de Seguridad. Ecuador.*

Proforma de productos de la limpieza.

Anexo N° 9

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba	6	\$1.75	\$10.50
Trapeador	4	\$2.45	\$9.80
Cloro (Galón)	4	\$3.67	\$14.68
Desinfectante	4	\$3.45	\$13.80
Lustre (6 unidades)	8	\$2.98	\$23.84
Fibra limpiadora (5 unidades)	6	\$0.84	\$5.04
Fundas basura (10 unidades)	12	\$1.42	\$17.04
Lavavajillas (5000gr)	4	\$10.99	\$43.96
Desengrasante (Caneca)	2	\$39.00	\$78.00
Dispensador toalla en rollo integral	6	\$40.00	\$240.00
Limpión Industrial (600 Mts)	6	\$14.00	\$84.00
Cepillo sanitario	4	\$1.00	\$4.00
Pala	6	\$1.50	\$9.00
Jabón líquido manos	6	\$4.47	\$26.82
Coche de limpieza	1	\$50.00	\$50.00
Papel higiénico industrial	6	\$1.61	\$9.66

Toallas de papel (paquete)	6	\$1.76	\$10.56
Guantes bicolor estrella	12	\$1.00	\$12.00
TOTAL			\$662.70



Limpion Industrial 600 Mts. Cavedi
U\$S 14



Crema Lavavajillas Arranca Grasa Tas Tas 5 Kilos Balde
U\$S 10⁹⁹
Envío gratis



Dispensador De Toallas Y Papel Higienico Familia De Remate
U\$S 40



Caneca Desengrasante Industrial Marca Dg
U\$S 39



Coche Escurridor De Trapeador Limpieza Pisos Carrito

U\$S 50



Cloro Liquido Ozz 5.5% Galon

U\$S 3⁶⁷

Anexo N°. 9. Wilber Miguez. (2021). *Proforma de productos de limpieza. Ecuador.*

Proforma de suministros de oficina

Anexo N° 10

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma	4	\$4.90	\$19.60
Grapadora	2	\$6.40	\$12.80
Grapas (caja)	3	\$1.60	\$4.80
Archivador	5	\$3.49	\$17.45
Calculadora	1	\$2.19	\$2.19
Tarjetero Eagle 818S	1	\$4.36	\$4.36
Fechador shiny	1	\$9.33	\$9.33
Pincha papel	2	\$0.51	\$1.02
Etiquetas autoadhesivas	8	\$0.65	\$5.20
Cinta adhes embalaje	6	\$0.48	\$2.88
Notas Adhesivas	6	\$0.35	\$2.10
Resaltador	4	\$0.21	\$0.84
Esferos	10	\$0.35	\$3.50
Corrector	4	\$0.56	\$2.24
Aporyamanos	4	\$0.66	\$2.64
Portalápices	1	\$1.09	\$1.09
Regla china de aluminio	1	\$0.27	\$0.27

Perforadora	2	\$4.00	\$8.00
Carpeta plast zhao sheng	4	\$1.98	\$7.92
Folder plast	5	\$0.16	\$0.80
Porta credenciales	12	\$0.19	\$2.28
Cinta adhesiva	6	\$0.40	\$2.40
Dispensador de cinta	4	\$1.98	\$7.92
Tijera	2	\$0.69	\$1.38
TOTAL			\$123.01

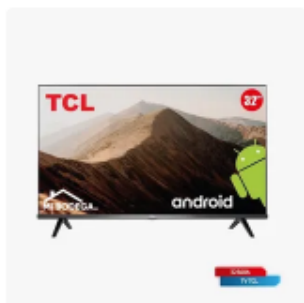
Anexo N°. 10. Wilber Miguez. (2021). Proforma de suministro de oficina. Ecuador.

Proforma de comisión de muebles y enseres.

Anexo N° 11

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Estación de trabajo oficina	1	\$129.00	\$129.00
Silla oficina	1	\$58.99	\$58.99
Mesas y sillas (Para restaurante)	16	\$520.00	\$8,320.00
Librero estantería minimalista	2	\$85.00	\$170.00
Televisor Smart Tv Tcl 32 Pulgadas	2	\$220	\$440.00
Dispensadoras de dulces	1	\$29.99	\$29.99
Estante de vinos flotantes	4	\$25.00	\$100.00
Cuadros de Vikingos	3	\$39.76	\$119.28
Vinilos de Vikingos para pared	2	\$23.21	\$46.42
Figuras Vikingas	2	\$31.00	\$62.00
Hachas Vikingas	4	\$9.50	\$38.00
Espadas Vikingas	4	\$9.67	\$38.68
Escudos Vikingos	4	\$8.41	\$33.64
Martillos de Thor	3	\$18.12	\$54.36
Cascos Vikingos	4	\$17.65	\$70.60
Cota de Malla	1	\$155.94	\$155.94
Mesones de trabajo	2	\$680.00	\$1.360
Sistema Facturación Caja Máquina Registradora Computarizada	1	\$1.200	\$1.200
Piel de cordero	2	\$50.00	\$100.00
Dispensadora de gel anti bacterial 1200 ml	1	\$58.00	\$52.00

Ollas grandes	2	\$14.99	\$44.97
Set de ollas	3	\$40.00	\$160.00
Set de sartenes 3 unidades	4	\$35.00	\$140.00
Olla de presión 10 litros	2	\$45.00	\$90.00
Bowls 36 cm	6	\$5.70	\$34.20
Bowls medianos	10	\$4.10	\$41.50
Bowls pequeños	8	\$1.20	\$9.60
Licuadaora	1	\$95.00	\$95.00
Cuchareta	4	\$3.46	\$13.84
Cucharones	2	\$6.99	\$13.98
Espátulas para hamburguesa	3	\$12.00	\$36.00
Pinzas	2	\$1.60	\$3.20
Balanza gramera de cocina	1	\$7.48	\$7.48
Bandejas de acero inoxidable	4	\$5.99	\$23.96
Regla magnética para cuchillos	2	\$12.00	\$24.00
Batidora Inmersión Ayudante Cocina Pica Todo Hamilton Beach	1	\$44.99	\$44.99
Colador chino	2	\$26.00	\$52.00
Colador de malla	2	\$3.99	\$7.98
Gaveta industrial	6	\$9.50	\$57.00
Mortero de piedra	1	\$12.00	\$12.00
TOTAL			\$13,490.60



Televisor Smart Tv Tcl 32 Pulgadas Fhd Android

U\$S 220



Silla De Oficina Ejecutiva Giratoria Ergonomica Incluido Iva

U\$S 58⁹⁹



Fabricamos Sillas Y Mesas Para Bar
U\$S 520



Colchón Antiescaras Y Llagas / Piel Natural De Oveja
U\$S 50



**Knnch Vikingo Pegatinas De
 Pared Norte Hombre Guerrero
 Interior Arte Murales...**

19,29€



**WIDMANN 599386031 - Hacha
arcaica**

9,50€

nuestros servicios. recoder información est

- 25%



**Martillo de Thor de Marvel Oficial
de Rubie**

~~19,99€~~ **14,99€**



Espada medieval

8,00€



DISBACANAL Escudo Vikingo

6,96€



Figura Decorativa "Vikingo con Espada" Figuras Resina. 14 x 11 x 24 cm.

25,65€



Mural "Vikingo" 80 x 80cm sobre mural y marco cuña de madera (portarretrato,...

32,90€



\$25

BAR FLOTANTE

Guayaquil, Guayas



Ritter Casco vikingo

14,60€



Medieval Chain Mail Shirt and Coif Armor Set (Full Size) Long Shirt

129,00€



Se Vende Set De 3 Sartenes En Aluminio Forjado

U\$S 35



Juego De Ollas Umco Brilliance 8 Piezas Acero Inox, T/v Set

U\$S 40



Gaveta Industrial Calada Recipiente Caja Plástica Multicolor

U\$S 9⁵⁰



Balanza Gramera De Cocina Digital 7kg

U\$S 7⁴⁸



Bandejas Acero Inoxidable, Restaurante, Cocina, Seft Service

U\$S 5⁹⁹



Pinza De Comida

U\$S 1⁶⁰



Ollas Acero Inoxidables Gruesas Set D 3 Grandes A Domicilio

U\$S 14⁹⁹



Ollas De Presión Universal 6, 8 Y 10 Litros

U\$S 45



Mortero Mediano De 12 Cm Tallado De Piedra, Utensilio Cocina

U\$S 12



U\$S 95

Oster Licuadora 600w 2 Velocidad
Reversible Vaso Vidrio 1.5l



Dispensador De Dulces

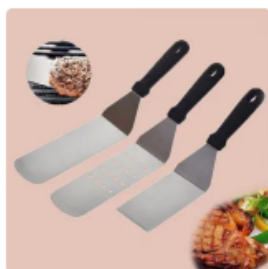
U\$S 29⁹⁹



Escritorio Estación De Trabajo En L Mueble Oficina Usado

U\$S 129

Usado



Espátula Para Hamburguesa

U\$S 12



Gel Antibacterial Dispensador 1200ml

U\$S 58



Cucharon Acero Inoxidable 10cm 200cc Impoexito

U\$S 6⁹⁹



Cuchara Cucharon De Metal Para Cocina

U\$S 3⁴⁶



Colador Chino 21x22 Cm 8

U\$S 26



Colador De Malla 2 Asas 22 Cm Impoexito

U\$S 3⁹⁹



Tazon Acero Inoxidable 36cm Impoexito

U\$S 5⁷⁰



U\$S 44⁹⁹

Batidora Inmersión Ayudante Cocina
Pica Todo Hamilton Beach

Anexo N°. 11. Wilber Miguez. (2021). *Proforma de muebles y enseres*. Ecuador.

Proforma de equipos industriales.

Anexo N° 12

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Refrigeradora industrial vertical 2 puertas	1	\$2,395	\$2,395
Cocina industrial 5 quemadores	1	\$335.00	\$335.00
Microondas	1	\$79.99	\$79.99
Parrilla S&m Bbq Gas Industrial 12.000 Btu/h	1	\$1495.00	\$1,495
Freidora eléctrica 6 litros	1	\$145.00	\$145.00
Rebanador corta papas	1	\$34.00	\$34.00
Congelador horizontal 168 Lts	1	\$289.00	\$289.00
Refrigeradora 460 Lts	1	\$829.00	\$829.00
Horno industrial	1	\$2,150	\$2,150
TOTAL			\$7,606.99



U\$S 2.395

Equipo De Refrigeración Industrial
Vertical 2 Puertas



Freidora Eléctrica 1 Pozo, 6 Litros

U\$S 145



Parrilla S&m Bbq Gas Industrial 12.000 Btu/h Impoexito

U\$S 1.496



Rebanador Cortador De Papas Francesa Acero Inoxidable 2 Cuc

U\$S 19⁹⁹



U\$S 289

Continental Congelador Horizontal 168 Lt Puerta De Vidrio



U\$S 829

Refrigeradora Congelador Tcl 460 Lts 4
Puertas Trf-460



Cocina Industrial 5 Quemadores Con Horno

U\$S 335

Envío gratis

Anexo N°. 12. Wilber Miguez. (2021). *Proforma de equipos industrial.* Ecuador.