



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”

CARRERA: TECNOLOGÍA EN ASISTENCIA DE GERENCIA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE
DE COMIDA VEGETARIANA EN EL SECTOR DE LA UNIVERSIDAD
CENTRAL DEL ECUADOR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

AUTOR/A: PINTO URIBE AMPARO DANIELA

TUTOR/A: DOCTORA CADENA EVELIN

FECHA: QUITO, JULIO 5 DEL 2019

QUITO-ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE TUTORÍA

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN EL SECTOR DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO” presentado por la Sra. Amparo Daniela Pinto Uribe para optar por el Título de Tecnólogo en Asistencia de Gerencia, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 5 días del mes de Julio del 2019

FIRMA TUTORA
No.CC

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Yo, Pinto Uribe Amparo Daniela, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y son absolutamente originales, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

El Instituto Tecnológico Superior Honorable Consejo Provincial De Pichincha, puede hacer uso de los derechos correspondiente a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Amparo Daniela Pinto Uribe
C.I 1717623423

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos, principalmente a Dios por ser mi inspirador y darme la fuerza para continuar con este proceso y obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi esposo quien ha sido quien me ha dado el empuje y la motivación que necesitaba para lograr esta meta.

A mis hijos Keyla y Emiliano por su cariño y apoyo incondicional, durante todo el proceso por estar conmigo en todo momento gracias.

Y por supuesto a mi Instituto y a mis docentes Lcdo. Nelson Olmedo, Lcda. Narcisa Aguirre, Lcda. Teresa Ramírez quienes con sus consejos me han enseñado a ver la vida de otra manera y vivirla como si fuera el último día.

A mi tutora la Dra. Evelin Cadena, gracias por la paciencia, orientación y guía en esta investigación.

RESUMEN EJECUTIVO

A lo largo de la historia cada país atravesado por formas de alimentación diferentes, es decir cuando un país es desarrollado los habitantes implementan conocimientos adquiridos frente algún plato vegetariano para el cuidado de la salud, implementándolo con dietas basadas en frutas y verduras. (Carrillo, 2005)

Es así que el presente proyecto está basado en la elaboración de un plan de negocio innovador e independiente como lo es CUCAYU un restaurante de comida vegetariana, el mismo que ofrecerá una amplia gama de alternativas para la alimentación sana, baja en calorías, los comensales tendrán la opción de consumir productos veganos que cumplan con sus expectativas.

ÍNDICE

INTRODUCCION.....	1
TEMA.....	2
PROBLEMA.....	2
JUSTIFICACION	3
OBJETIVOS.....	4
GENERAL	4
ESPECÍFICOS	4
CAPITULO I.....	5
1. MARCO TEORICO	5
1.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	5
1.1.1. BRASIL	5
1.1.2. CHILE	6
1.1.3. URUGUAY	6
1.1.4. COLOMBIA	6
1.1.5. VENEZUELA	6
1.1.6. CUBA	7
1.1.7. ECUADOR.....	7
1.2. ANALISIS DEL MICRO ENTORNO	8
1.2.1. CLIENTE.....	9
1.2.2. PROVEEDORES	10
1.2.3. COMPETENCIA	10
1.2.4. AGENCIAS REGULADAS	10
CAPITULO II.....	14
2. ESTUDIO DE MERCADO	14
2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO ÚLTIMOS 3 AÑOS.....	14
2.1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR ACTUAL.....	15
2.1.2. TENDENCIAS DEL SECTOR.....	15
2.2. ANALISIS DEL MERCADO.....	16
2.2.1. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO	16
2.3. ANALISIS DE LA DEMANDA	21
2.4. SEGMENTACION OBJETIVO DEL PROYECTO	22
2.4.1. GRUPO OBJETIVO	22
2.5. TAMAÑO DE MERCADO	22

2.6.	SEGMENTACION.....	23
2.6.1.	VARIABLES GEOGRAFICAS	23
2.6.2.	VARIABLES DEMOGRÁFICAS	24
2.6.3.	VARIABLES PSICOGRAFICAS.....	26
2.6.4.	VARIABLES CONDUCTUALES	26
2.7.	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	26
2.8.	DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	28
2.9.	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	31
2.9.1.	DISEÑO DEL CUESTIONARIO	31
2.9.2.	PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	31
2.10.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	32
2.11.	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA COMPETENCIA.....	42
2.11.1.	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	42
CAPITULO III.....		49
3.	ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL	49
3.1.	ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL	49
3.1.1.	FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	49
3.2.	PLAN DE COMPRAS	52
3.3.	LOGOTIPO:.....	53
3.3.1.	DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO	53
3.4.	PLAN DE PRODUCCIÓN.....	54
3.5.	PLAN DE COMPRAS	55
3.5.1.	REQUERIMIENTOS DE INSUMOS	55
3.5.2.	SERVICIO	58
3.6.	ESTUDIO DE OPERACIÓN.....	58
3.6.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	58
3.6.2.	DISEÑO ORGANIZACIONAL – ESTRUCTURA Y DESCRIPCIÓN FUNCIONAL.....	58
3.7.	ANÁLISIS DEL MARCO NORMATIVO.....	60
3.8.	PRINCIPALES DISPOSICIONES Y REGULACIONES AL NEGOCIO..	62
3.9.	CONCLUSIONES	66
3.10.	RECOMENDACIONES.....	67
3.11.	BIBLIOGRAFÍA.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ILUSTRACIÓN 1 SOPA VEGETARIANA	17
ILUSTRACIÓN 2 PLATOS VEGANOS	17
ILUSTRACIÓN 3 ENSALADAS	18
ILUSTRACIÓN 4 JUGOS	18
ILUSTRACIÓN 5 POSTRES	18
ILUSTRACIÓN 6 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL RESTAURANTE CUCAYU	24
ILUSTRACIÓN 7 TIPO DE RESTAURANTE QUE FRECUENTAN LOS ENCUESTADOS	32
ILUSTRACIÓN 8 HORA QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS	33
ILUSTRACIÓN 9 PLATOS VEGETARIANOS QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS	34
ILUSTRACIÓN 10 PROBABILIDAD DE QUE LOS ENCUESTADOS ASISTAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO	35
ILUSTRACIÓN 11 FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS COMEN VEGETALES	36
ILUSTRACIÓN 12 TABLA 13 ELEMENTOS QUE INFLUYEN EN LA ELECCIÓN DE UN RESTAURANTE VEGETARIANO	37
ILUSTRACIÓN 13 EDAD DE LOS ENCUESTADOS	38
ILUSTRACIÓN 14 FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS ASISTIRIAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO	39
ILUSTRACIÓN 15 PRECIOS QUE LOS ENCUESTADOS CONSIDERAN RAZONABLE	40
ILUSTRACIÓN 16 RESPUESTA DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA	41
ILUSTRACIÓN 17 LOGOTIPO DEL RESTAURANTE	53
ILUSTRACIÓN 18 PROCESO DE PRODUCCIÓN	54
ILUSTRACIÓN 19 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	59

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO SOPAS VEGETARIANAS.....	19
TABLA 2 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO PLATOS FUERTES	19
TABLA 3 ENSALADA VEGETARIANA	20
TABLA 4 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO JUGOS	20
TABLA 5 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO POSTRES.....	20
TABLA 6 RANGO DE EDADES DE LA POBLACIÓN	23
TABLA 7 TIPO DE RESTAURANTE QUE FRECUENTAN LOS ENCUESTADOS	32
TABLA 8 HORA QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS	33
TABLA 9 PLATOSVEGETARIANOS QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS	34
TABLA 10 PROBABILIDAD DE QUE LOS ENCUESTAOS ASISTAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO	35
TABLA 12 FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS COMEN VEGETALES .	36
TABLA 13 ELEMENTOS QUE INFLUEYEN EN LA ELECCIÓN DE UN RESTAURANTE VEGETARIANO	37
TABLA 14 EDAD DE LOS ENCUESTADOS	38
TABLA 15 FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS ASISTIRIAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO	39
TABLA 16 PRECIOS QUE LOS ENCUESTADOS CONSIDERAN RAZONABLE.....	40
TABLA 17 RESPUESTA DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA.....	41
TABLA 18 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	43
TABLA 19 COSTOS FIJOS.....	45
TABLA 20 PROYECCIÓN DE VENTAS PARA LOS PRIMEROS 5 AÑOS	46
TABLA 21 INGRESOS PROYECTADOS TOTALES EN \$ EN LOS PRIMEROS CINCO AÑOS.....	46
TABLA 22 BALANCE DE PERSONAL	47
TABLA 23 GASTOS DE PUBLICIDAD	47
TABLA 24 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS	48
TABLA 25 FICHA TÉCNICA.....	54

INTRODUCCION

En los últimos tiempos se ha evidenciado transformaciones en la industria alimenticia nacional y por ende en el perfil del consumidor se ha experimentado cambios, pues están más informados y son más exigentes. Lo cual los lleva a consumir productos y servicios de calidad y que satisfagan con todas sus expectativas. Por esta razón se visualiza nuevas tendencias en la industria alimenticia del Ecuador.

En el Ecuador la industria alimenticia está formada en su gran parte de Pymes, que corresponde a emprendimientos familiares con más de 10 años de experiencia, mismos que se encargan de la elaboración y comercialización del producto, conservando la tradición y costumbres de cada sector. A esto se le agrega la aparición de tiendas, almacenes y restaurantes de alimentos vegetarianos que brindan al cliente productos sanos enfocándose en nuevas tendencias que apuntan a la superación de las expectativas de aquellos consumidores que buscan productos sanos de calidad y además percepciones únicas de consumos y compra.

De esta forma se ha establecido un modelo de plan de negocio para satisfacer la necesidad de los clientes vegetarianos y además los que tienen apego por productos de la misma línea, resaltando su característica benévola y exquisita, en una zona donde se abarque un gran volumen de personas y se pueda aprovechar para realizar otra compra con una atención fiable y buena comodidad, con el fin de garantizar el buen sabor e innovación de los productos.

TEMA

PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN EL SECTOR DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

PROBLEMA

El sector de Santa Clara se caracteriza por la gran afluencia de estudiantes y oficinistas debido a que en esta zona se encuentra ubicada la Universidad Central del Ecuador, por lo que constituye una buena plaza para negocios de comida. Por tal motivo se ha dado apertura a un sin número de restaurantes y puestos de comida para satisfacer las necesidades de este sector.

Estos negocios en su mayoría ofrecen comida rápida, alta en calorías lo cual no aporta beneficios para la salud, y además, no se adecua a las necesidades de las personas y estudiantes con problemas cardiovasculares.

En la actualidad el sector donde se ubica la Universidad Central del Ecuador no cuenta con suficientes lugares que permitan acceder a este tipo de productos alimenticios, vegetarianos, respondiendo a este contexto la autora propone un plan de negocios cuyo objeto de estudio es un restaurante vegetariano con un gran abanico de comida saludable, que responda aun balanceado proteico disminuyendo el uso de productos de origen animal principalmente carne roja.

JUSTIFICACION

Plan de negocio es una herramienta fundamental que permite a las personas que desean emprender un negocio definir con claridad sus objetivos e identificar los métodos y los medios que se van a emplear para alcanzar tales objetivos.

Por tal razón, se propone la elaboración de un plan de negocio, que facilite una idea precisa y eficaz para determinar si es viable la implementación de un restaurante de comida vegetariana en la provincia de Pichincha, cantón Quito, sector de Santa Clara. La propuesta de plan de negocio está dirigida al cuidado de la salud de nuestros potenciales clientes, ya que, se ofrecerá alimentos variados, sanos y con un alto contenido de verduras.

La investigación a realizarse permitirá conocer el comportamiento de los estudiantes y habitantes del sector hacia el consumo de alimentos vegetarianos, lo cual nos permitirá conocer si es factible llevar a cabo la propuesta.

De no efectuarse la siguiente investigación, no se podrá conocer las necesidades, requerimientos y la tendencia del sector al consumo de comida vegetariana.

OBJETIVOS

GENERAL

Proponer un plan de negocios para la creación de un restaurante de comida vegetariana en el sector de Santa Clara, a través de una investigación bibliográfica y de campo.

ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar en Macro y Micro entorno utilizando la investigación bibliográfica para conocer las necesidades del sector.
- ✓ Realizar un diagnóstico de la situación actual sobre la salud de las personas del sector de la Universidad Central, basándonos en una investigación de campo.
- ✓ Proponer alternativas orientadas a la mejora de la calidad y estilo de vida con una propuesta de alimentos más saludables en el sector de la Universidad Central.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO

En los últimos 30 años la proporción de vegetarianos de América Latina ha ido en aumento. Quizá la mayoría no eran miembros de asociaciones vegetarianas, aunque gran parte si eran miembros de grupos religiosos que fomentaban el seguimiento de una dieta vegetariana. Su filosofía original se basaba principalmente en las razones nutricionales y de salud de vegetarianismo. Pero hoy en día las estadísticas arrojan el dato de que más de dos tercios de los vegetarianos de América Latina, siguen esta dieta porque creen que los animales no deben ser matados y comidos. El 42% de todos los vegetarianos encuestados anteriormente, es decir 4.8 millones de personas adultas, consideran que la matanza de animales es un asesinato en Latinoamérica, hay evidencia que hay un creciente interés en la dieta vegetariana.(Ávila 2008)

1.1.1. BRASIL

Encontramos la Unión Vegetariana Internacional de Latinoamérica, en este país no se tiene el número exacto de vegetarianos ya que nunca fue hecha una investigación sobre este tema, pero lo que sí se puede afirmar es que su incremento ha sido notable, es por eso que en Brasil se encuentra con facilidad restaurantes vegetarianos, incluso bares donde ofrecen bebidas naturales sin pasteurizar, además cuentan con tiendas que ofertan productos integrales, orgánicos que se adecuan a los vegetarianos.

Hay una gran cantidad de jóvenes que simplemente dejan de comer carne porque no les gusta, o tuvieron una experiencia desagradable “como ver un animal mientras era matado”. Se puede decir que en Brasil hay vegetarianos de ambos sexos, de todas las

edades y de diversos estilos de vida es por eso que este país se inclina a tener una dieta saludable.

1.1.2. CHILE

Encontramos muchos vegetarianos miembros de un grupo que se hace llamar “Los Naturistas” estos combinan una dieta vegetariana estricta con la higiene natural y vivir cerca de la naturaleza. En otros países los vegetarianos suelen comer frutas y verduras crudas, en Chile si se utiliza la cocción es así que en este país se encuentra una gran oferta de restaurantes vegetarianos.

1.1.3. URUGUAY

Este es otro de los países donde se pretende crear la inquietud y la posibilidad de probar ciertas opciones de vegetales a aquellas personas que no tienen mucho conocimiento sobre ellas, a través de un recetario simple y sencillo, comprobándoles así que con pocos elementos se puede dar un sabor exquisito al plato sin necesidad de la implementación de elementos no adecuados para nuestra salud.

1.1.4. COLOMBIA

Específicamente en su capital Bogotá que se la puede considerar como la capital vegetariana de Sudamérica ya que cuenta con una extensa cantidad de tiendas y restaurantes vegetarianos principalmente en sus barrios tradicionales.

1.1.5. VENEZUELA

Específicamente en las ciudades de Caracas y Mérida, es donde se destacan los mayores movimientos activistas, es por eso que en estas dos ciudades encontramos excelentes restaurantes vegetarianos, el vegetarianismo venezolano está unido a la

protección del medio ambiente y la preocupación ecológica principalmente por la preservación de sus bosques.

1.1.6. CUBA

El interés por el vegetarianismo en Cuba ha ido en aumento, aunque los problemas económicos que aún mantiene la isla hacen difícil la llegada de material informativo sobre este tema.

1.1.7. ECUADOR

“Traro ético a los animales” (TEA) promueve campañas vegetarianas en contra de la crueldad hacia los animales. Su presidente, ya fallecido, Luis Escala Castro, fue miembro de la Asociación Vegana Española.

De acuerdo con varios estudios realizados en el Ecuador, es evidente la emergencia de sobrepeso y obesidad según lo indica la encuesta nacional de salud correspondiente al año 2012 2013, seis de cada 10 ecuatorianos están fuera de la relación normal de peso y talla: 41% de la población presenta sobrepeso y el 22% obesidad. Logrando determinar que existe preocupación por el tema de salud al momento de alimentarse de cualquier tipo de preferencia por edad, sexo, clase social, religión, entre otras variables que influyen al momento de la decisión por mantenerse bien. Un estudio realizado 2012 determino que solo el 9% tiene como preferencia la comida vegetariana cuando sale a un restaurante, el 31% se decide por la comida típica, mientras el 23% escoge los asados o parrilladas.

Los datos de un sondeo realizado a nivel mundial por la revista Times y CNN, menciona que el 32% de las personas se vuelven vegetarianas por razones de

salud, el 21% por defensa y respeto a los animales, un 15% por la presencia de aditivos y hormonas de las carnes, un 13% por rechazo al sabor de la carne, un 6% por motivos religiosos y un 4% por preocupación por el planeta.

1.2. ANALISIS DEL MICRO ENTORNO

En el micro entorno todo el análisis se enfoca en los elementos externos de la empresa, en este caso un (Restaurante Vegetariano).

El vegetarianismo es una práctica milenaria que consiste en no tomar alimentos de origen cárnico que cada día va ganando más espacio en la ciudad de Quito.

Hace 10 años en Quito solo había tres o cuatro restaurantes de comida vegetariana. Ahora hay más de 20, donde además de almuerzos se ofrecen platos a la carta y una surtida gama de pastas, hechas sin huevo, carnes de soya o trigo, chorizos hamburguesas salchipapas e incluso filetes de pescado, todo proveniente de harinas vegetales, ya que existe esa falsa idea que necesitamos carne para desarrollarnos íntegramente.

Se ha escogido el sector de Santa Clara ya que es una zona que no cuenta con este tipo de restaurantes donde nuestros clientes puedan contar en forma simultánea un espacio donde adquirir productos como: vegetales, hortalizas, productos naturales con una gran variedad de sabor, beneficios y calidad y la vez disfrutar de un lugar donde puedan una experiencia que los haga regresar y así tener un cliente fidelizado.

1.2.1. CLIENTE

Son la población que demandara nuestros productos y servicios, aquí se encuentra el sector universitario, a los clientes de un restaurante vegetariano se podría dividir en dos grupos.

- a. Clientes Comunes: Comensales que tienen la preocupación media por los alimentos que diariamente comen. Les parece bien comer sano, pero no mantienen una dieta especial.
- b. Clientes Concientizados: Son comensales que se preocupan que su alimentación diaria sea sana, siguiendo un determinado tipo de dieta o limitación de lo que comen y busquen alimentos que se ajusten a la misma. Ya sea que son vegetarianos ecologistas, deportistas o personas con limitaciones por cuestiones médicas. (alergias, intolerancia. ácido úrico, colesterol. problemas coronarios) etc.

Todos ellos tienen en común que buscan alimentos saludables y se interesan en saber y controlar lo que comen, además les gusta consumir productos de buena calidad y de procedencia conocida, aspecto que se intensificó en el 2001 a raíz de las múltiples plagas y enfermedades como la fiebre aftosa, la crisis de las vacas locas, la peste porcina.

Las estrategias que se pondrían en consideración con los clientes serían ofertas y acuerdos con el mismo. Se empezaría aplicar el marketing segmentado con las 4Ps (Precio, Producto, Promoción y Plaza); esto con el propósito de captar la atención de los clientes para que visiten el restaurante, proponiendo un precio asequible con el producto (desayunos, almuerzos) deseable para consumir, donde encuentre variedad de entradas, jugos y postres para la ubicación que se desea.

1.2.2. PROVEEDORES

Para la elección de los proveedores se tomará en cuenta los factores económicos, de calidad y servicio es así que se realizara visitas a varias tiendas en el sector las mismas que proporcionarán información y cotizaciones sobre los productos que se ofrecen, en este caso en nuestro entorno contamos con tiendas CAMARI que son conocidas porque ofrecen una amplia gama de productos específicos para los vegetarianos los mismos que son semejantes en texturas y sabor.

También tenemos supermercados Santa María, el Mercado de Santa Clara quienes nos abastecerán de verduras y frutas de la temporada, Comercial Jiménez y Termalimex donde se encuentra una alta gama de accesorios y menaje de cocina.

1.2.3. COMPETENCIA

La competencia según diferentes autores es un conjunto articulado y dinámico de conocimientos habilidades actitudes y valores que toman parte activa en el desempeño responsable y eficaz de las actividades dentro de un contexto determinado.

(Vázquez Francisco sep. 2013)

1.2.4. AGENCIAS REGULADAS

Los principales entes reguladores son los siguientes: Superintendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Relaciones Laborales, Ministerio de Turismo y Cuerpo de Bomberos.

Para obtener los permisos necesarios para operar un restaurante se debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas

2. Obtener el permiso de suelo, la patente municipal y la Licencia Única de Actividades Económicas en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. El uso de suelo es un documento que determina si la actividad a realizarse es permitida y qué condiciones adicionales debe cumplir el local. Para obtener el certificado se debe pagar \$2,00. Al pagar la tasa se recibe un formulario (Solicitud de Consulta de Suelo) el mismo que se completa y entrega en la ventanilla de la Dirección de Uso del Espacio y la vía Pública del Municipio. La patente municipal es la inscripción de un negocio en los registros de la municipalidad en cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa constituida.

Dicha patente municipal debe renovarse cada año. El valor a pagar cada año se determina en función del patrimonio con que opere la empresa en base a una tabla.

La fecha máxima de pago es hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta. Para obtener la patente municipal es necesario completar un formulario, adjuntar los requisitos solicitados y cancelar la liquidación correspondiente.

La Licencia única de actividades Económicas es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Mediante la ordenanza Nro.308 se establece el régimen administrativo para la obtención de licencias metropolitanas; y, en particular, de la Licencia Metropolitana única para el Ejercicio de Actividades Económicas.

Están obligados a obtener esta licencia hasta el 30 de abril todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades que ejerzan actividades económicas, con o sin finalidad de lucro; en establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Para obtener la Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE), se puede tramitar en la Administración Zonal más cercana al establecimiento⁴¹.

3. Obtener el permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos. Para obtenerlo las empresas deben llenar una solicitud de inspección de los locales comerciales adjuntando los documentos requeridos, cancelar una tasa calculada por el cuerpo de bomberos en función del riesgo de incendios del comercio, y obtener el visto bueno de un inspector de los Bomberos. En la vista el Inspector de Bomberos revisara que el establecimiento tenga distintivos que indiquen la salida en caso de emergencias, si existe una salida de emergencias, si el lugar cuenta con rociadores de agua en caso de ser necesarios. Además, todos los locales deben contar con un extintor por cada 100m de área útil, que puede ser de CO₂ o polvo químico seco, dependiendo de los procesos que se realicen en el negocio y el tipo de máquinas y equipos. Finalmente, todos los locales deben tener avisos en los que se prohíbe fumar dentro de las instalaciones.

4. Registrarse en el Ministerio de Turismo. Para ello, se debe llenar una solicitud de registro, anexando los documentos requeridos. El Ministerio de Turismo calificará el establecimiento en función de sus características, y dentro de la clasificación también definirá su categoría (primera hasta la cuarta categoría, o de lujo).

5. Obtener el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública por medio de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Para obtener el permiso, se debe solicitar, completar y presentar un formulario junto con varios documentos solicitados y cancelar el costo del permiso. Los documentos solicitados son los siguientes: solicitud para permiso de funcionamiento, copia del RUC actualizado del establecimiento, croquis con referencias de ubicación del establecimiento, copia de la Escritura de Constitución, copias de cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal, copia del certificado de capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos, copia del certificado de Salud ocupacional emitido por los Centros del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por un año desde su emisión), Licencia Única de Actividades Económicas LUAE emitido por el Distrito Metropolitano de Quito.⁴² El valor a pagar está en función del tipo de establecimientos, y resulta de multiplicar el coeficiente asignado en una tabla por 2.4% por un salario mínimo vital.⁴³

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR ECONÓMICO ÚLTIMOS 3 AÑOS

Los productos y la comida vegetariana han tenido un notable incremento en el Ecuador. Es así que, en el país se ha formado la TEA que quiere decir Trato Ético con los Animales que se dedica a promover campañas de vegetarianismo en el país. (Paredes .2008)

Además, la producción de comida vegetariana en el país es bastante fácil, ya que no es necesaria la importación de productos porque contamos con un país agrícola dándole una buena posición a la gastronomía en nuestro país.

Los últimos años han sido buenos para el sector de los restaurantes vegetarianos, debido a su incremento en el Ecuador, notablemente en la ciudad de Quito como son (Dulce Albaca, URKO cocina local, Miskay, Casa Nostra, Café San Blas), no con la fuerza que se espera, ya que adicionalmente a esto la forma de comer de gran parte de los ecuatorianos incluye dentro de sus dietas productos que no son comunes dentro de los restaurantes vegetarianos, como la carne, el pollo, atún, fritos, etc.(Lojano, 2001).

Desde el año 2014 se ha introducido mucho en la mentalidad de los ecuatorianos los productos fitness y ejercicio como principales fuentes de ser y estar saludable, esto va acompañado del uso de las ciclo-vías con las que cuenta la ciudad de Quito, además manifestaciones y deseos para ir al gimnasio o despertar temprano para hacer una rutina de ejercicio.

2.1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR ACTUAL

En la actualidad los alimentos de origen natural son los favoritos de los consumidores. El sector vegetariano viene pisando fuerte en el país y con ella la cultura fitness y light, es por eso que la comida vegetariana aumenta cada vez más en el Ecuador y con esto la oferta gastronómica (Universo, 2015)

Que las personas incrementen su ejercicio diario, consuman más agua que gaseosa, se basen en una dieta de frutas y verduras con pocas harinas y grasas saturadas, o reducir el consumo de alimentos procesados, demuestra que existe una tendencia o estilo de vida saludable.

2.1.2. TENDENCIAS DEL SECTOR

Los cambios que se reflejan en el sector, son de gran magnitud en restaurantes y tiendas del sector. Esto acompañado de un incremento en la demanda por parte de los consumidores jóvenes (Universitarios), que son los que buscan día a día cambiar sus hábitos de consumo.

Con seguridad habrá un mayor incremento vegetariano ya que en la Conferencia Mundial del Agua, se aseguró que para evitar el hambre se tendrá que dejar de consumir carne. Hacia el año 2050 el mundo será vegetariano. No por elección, sino por necesidad, ya que no habrá suficiente comida para satisfacer el hambre de la creciente población terrestre.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.2.1. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO

- **Descripción del producto**

Los productos vegetarianos en la actualidad son el resultado de la tendencia mundial por el comer saludable es por eso que las personas han comenzado a dar mayor importancia a la comida elaborada con productos que provengan del campo, productos orgánicos y vegetales es por eso que, en el restaurante CUCAYU se destacara un menú de calidad en el área alimenticia enfocada en productos orgánicos y frutas de temporada siendo así la mejor opción para alimentar a los clientes.

En el restaurante vegetariano se ofrecerá un servicio de calidad en el área alimenticia que cumpla con las expectativas de los comensales es así que se enfocará en la elaboración de menús variados, saludables y deliciosos, Los principales productos que se ofrecerán son:

* Platos fuertes veganos: estos se prepararán con la combinación de granos, verduras, carnes vegetales, soya y además bajos en sal y libre de carne animal.

*Sopas vegetarianas: estas serán elaboradas a base de agua, con diferentes tipos de verduras y hortalizas, cereales y fibra que igualmente sea bajas en sal y libres de carnes de animales y agentes químicos.

* Ensaladas vegetarianas: las cuales serán elaboradas con diferentes tipos de frutas verduras, hortalizas, legumbres, tubérculos, hongos con bajo contenido en sal y libres de agentes químicos.

*Jugos: se elaborarán con diferentes tipos de frutas y hortalizas de la temporada sin adición de azúcar y sin ser pasteurizados para que las vitaminas y minerales se preserven en su mejor presentación.

*Postres vegetarianos: se prepararán con diferentes frutas de la temporada aprovechando el dulzor de las mismas para de esta manera prescindir en medida de lo posible el azúcar refinado.

Menú a ofrecer en el restaurante

Ilustración 1 SOPA VEGETARIANA



Ilustración 2 PLATOS VEGANOS



Ilustración 3 ENSALADAS



Ilustración 4 JUGOS



Ilustración 5 POSTRES



Tabla 1 Ficha Técnica del producto Sopas Vegetarianas

Producto	Sopas vegetarianas	
Línea	Crema de papa	
Fuente	Elaboración propia	
Composición	Cantidad %	Función
Agua	1 litro	Cantidad sopera
Condimentos	1 cubito	Sazón
Lechuga	20gr	Aspecto
Papas	1 libra	Espesor
Zanahoria	25gr	Color
Cebolla larga	Al gusto	Sabor
Remolacha	Al gusto	Color
Leche de coco	50cl	Textura
Ajo	1 diente	Sabor
Sal		Al gusto
Pimienta		Al gusto
Jugo de limón	5cl	Sabor

Elaborado por: Daniela Pinto-Fuente: Propia

Tabla 2 Ficha técnica del producto Platos fuertes

Producto	Platos fuertes veganos	
Línea	Arroz con Quinoa y Champiñones	
Fuente	Elaboración propia	
Composición	Cantidad %	Función
Arroz	200 gr	Sacar el punto del arroz
Aceite de oliva	3 cucharadas	Sazón
Mantequilla	1 cucharada	Sazón
Ajo	60cl	Sabor al caldo
Vino blanco	2 cucharadas	Sabor al champiñón
Champiñones	25 gr	Esencia del plato
Sal marina		Al gusto
Pimienta negra		Al gusto
Almendra molida	2 cucharadas	Antioxidante y adición de proteína
Zanahoria	20gr	Depurativa
Cebolla	10gr	Sabor y sazón

Tabla 3 Ensalada vegetariana

Producto	Ensaladas Vegetarianas	
Línea	Fideo y brócoli	
Fuente	Elaboración propia	
Composición	Cantidad %	Función
Fideo	1 tasa	Presentación del plato
Queso crema	1 frasco	Sabor
Brócoli	50gr	Aspecto y sabor
Sal		Al gusto
Pimienta		Al gusto
Aceite de oliva	2 cucharadas	Sazón
Cilantro	1 pisca	Color

Elaborado por: Daniela Pinto-Fuente: Propia

Tabla 4 Ficha técnica del producto Jugos

Producto	Jugo sin pasteurizar	
Línea	Jugo rojo	
Fuente	Elaboración propia	
Composición	Cantidad %	Función
Remolacha	1 unidad	Presión arterial
Pepino	Rodajas al gusto	Elimina toxinas
Limón	2 unidades	Sabor
Moringa	Al gusto	Esencia del jugo antioxidante

Elaborado por: Daniela Pinto-Fuente: Propia

Tabla 5 Ficha técnica del producto Postres

Producto	Postre vegetariano	
Línea	Mus de frutilla	
Fuente	Elaboración propia	
Composición	Cantidad %	Función
Frutilla	100gr	Antioxidante
Avena	50gr	Espesor
Almidón de maíz	3 cucharadas	Espesor
Leche de coco	1/2 tasa	Sabor

Elaborado por: Daniela Pinto-Fuente: Propia

2.3. ANALISIS DE LA DEMANDA

En el Ecuador hombres y mujeres en igualdad de porcentajes, estatus medio bajo, medio, y medio alto, entre los 20 y 60 años con nivel educativo superior y profesional con una posición laboral estable hasta llegar a obtener la especialización. En un 75% con cargas familiares, esto quiere decir casados o con hijos. Empleados y con un ingreso extra teniendo un negocio o actividad independiente para satisfacer las necesidades familiares.

El nivel de ingresos en el Ecuador es de \$396 y \$600. Tienen apego al consumo de alimentos vegetarianos que aporten nutrientes y mejoran su calidad de vida, se ven motivados a tomar esta decisión básicamente por los medios de comunicación, los beneficios que aporta cada producto y sus ingresos, es un grupo que se centra en llevar una vida sana.

Cabe anotar que en los últimos años notablemente se ha incrementado el consumo de alimentos por fuera de los hogares en el país.

Según un estudio realizado por el INEC el mismo que fue publicado en los medios digitales, en el primer trimestre del 2011 el consumo de comidas por fuera de los hogares representó el 8% del consumo total de los hogares ecuatorianos, siendo esta una de las mayores categorías con mayor crecimiento dentro del consumo total.

(TELEGRAFO 2011)

2.4. SEGMENTACION OBJETIVO DEL PROYECTO

2.4.1. GRUPO OBJETIVO

El grupo objetivo para el estudio de mercado y segmentación general es, personas vegetarianas oscilando entre 20 y 60 años, residentes en la ciudad de Quito exactamente en el sector de Santa Clara, barrio la Mariscal donde se encuentra además institutos educativos como la Universidad Central del Ecuador, Instituto Quito, Politécnicos Cendes, Ministerios como Ministerio de Finanzas, Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, Ministerio de Relaciones exteriores, etc.

En este grupo el principal beneficio recae sobre las personas que buscan un equilibrio y hábitos saludables en su dieta diaria, debido a que proponemos alimentos ricos, nutritivos y con ingredientes naturales para satisfacer las necesidades de un nicho de mercado muy extenso considerado como vegetariano.

2.5. TAMAÑO DE MERCADO

Quito es la capital del Ecuador y según el último censo en el año 2010 la población en dicha ciudad fue de 1´619.146 habitantes (el 51% mujeres y el 48.40% hombres). Al área urbana le corresponde el 99.30%, y el 0.70% al área natural.

La distribución de la población de la ciudad de Quito por edades se muestra en la siguiente tabla donde se evidencia que la mayor proporción de la población se ubica entre los 15 y 34 años de edad.

Tabla 6 RANGO DE EDADES DE LA POBLACIÓN

Rango de Edad	Porcentaje	Rango de Edad	Porcentaje
0 a 4	8,84%	45 a 49	5,67%
5 a 9	9,08%	50 a 54	4,62%
10 a 14	8,95%	55 a 59	3,82%
15 a 19	9,04%	60 a 64	2,92%
20 a 24	9,74%	65 a 69	2,26%
25 a 29	9,56%	70 a 74	1,57%
30 a 34	8,25%	75 a 79	1,10%
35 a 39	7,06%	Más de 80	1,48%
40 a 44	6,06%		

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos-**Elaborado por:** Daniela Pinto

El sector de Santa Clara está ubicado en el centro norte de la ciudad de Quito y limita al Norte con la calle Marchena, al Sur la calle San Gregorio, por el Occidente la Av. Universitaria que las separan de los barrios América, Miraflores, San Juan y al Sur sectores como Santa Prisca y San Blas.

Hoy en día Sector de Santa Clara cuenta con aproximadamente 6.359 habitantes. La oferta gastronómica es bastante amplia, declarada de interés cultural, cuenta con un buen número de restaurantes de comida rápida, universidades, centro de educación continua, bares, oficinas, y profesionales que habitan y laboran en la localidad.

2.6. SEGMENTACION

Tomando en consideración los aspectos evaluados durante el desarrollo del proyecto, definimos los siguientes parámetros para la segmentación del restaurante CUCAYU.

2.6.1. VARIABLES GEOGRAFICAS

Nombre de la Empresa- CUCAYU

País –Ecuador

Región- Andina

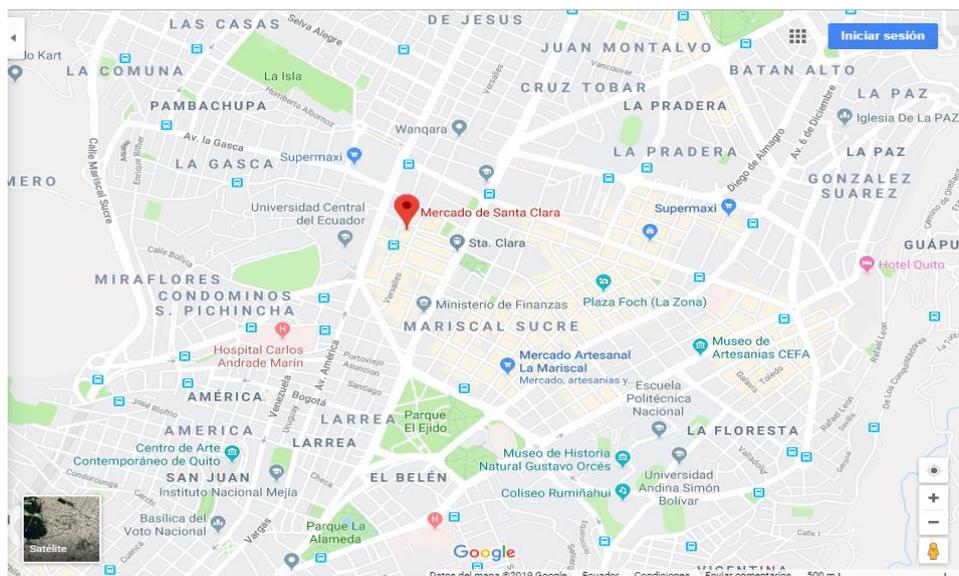
Ciudad-Quito

Localidad-Santa Clara

Barrio- Mariscal

El restaurante se ubicará en esta localidad, ya que es un sector concurrido para el comercio donde encontramos un alto porcentaje de restaurantes, oficinas, salas de eventos, almacenes, ministerios y principalmente la Universidad Central del Ecuador. Se encuentra ubicado en las calles San Gregorio OE10-124 y Ulloa

Ilustración 6 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL RESTAURANTE CUCAYU



2.6.2. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

- **Referencias Socioeconómicas**

Esta segmentación es una de las más relevantes para este tipo de negocio, ya que si el objeto de estudio es un negocio de comida “restaurante vegetariano” se debe tomar en consideración los ingresos de nuestros clientes, así tendremos claro

que este tipo de comida está enfocada en clientes con estratos medio bajo, medio y medio alto, con ingresos entre \$396 y \$600.

- **Segmentación por sexo**

dentro de los hábitos alimenticios tanto de hombres como mujeres no existen ninguna deferencia ya que sus gustos y preferencias el momento de alimentarse es la misma. CUCAYU en su segmentación demográfica se centra en cubrir las expectativas de ambos tanto de hombres como de mujeres que gusten satisfacer su paladar con una alimentación sana.

- **Segmentación por edades, estado civil y ciclo de vida de la familia:**

A lo largo de la vida de las personas se van cambiando sus diferentes hábitos, costumbres y gustos. Nuestro enfoque para estas variables de segmentación está basado en un mercado de personas entre 20 y 60 años son las edades en las que más se frecuenta restaurantes de todo tipo, habitualmente tradicionales.

Su economía unida con la actividad laboral y social, le permite ir a este tipo de restaurantes. El mercado de la tercera edad, más de 60 años son en ocasiones acompañantes de sus hijos a restaurantes. Parejas comprendidas en estas edades suelen en varias ocasiones comer fuera de la casa. Este es un mercado que tiene gustos específicos en cuanto a alimentos dietéticos o vegetarianos, que son de beneficio para personas de la tercera edad.

2.6.3. VARIABLES PSICOGRAFICAS

- **Estilos de vida, gustos, inquietudes personalidad, interés.**

Estas variables son de mucha importancia para el sector alimenticio ya que nos muestran los hábitos que tienen cada individuo con respecto a su alimento diario y el medio en el que se desenvuelve, es decir las opiniones de los demás y sus diferentes estilos de vida de la sociedad influyen y determinan los gustos y comportamientos de las personas. Es así que se puede decir que una persona no nace siendo vegetariana, es un hábito alimenticio que adquiere desde muy temprana edad en su hogar, influenciado por su entorno o en algún momento de su vida de acuerdo a opiniones o círculo social donde se encuentre, es decir que de esta manera van adquiriendo diferentes estilos personalidad y hábitos. (Aguilar, 2015)

2.6.4. VARIABLES CONDUCTUALES

En esta variable se habla del comportamiento activo de las personas, su tendencia a la compra quiere decir los hábitos que llevan a las personas a tomar las decisiones de compra. Para el presente proyecto se puede visualizar que los clientes de restaurantes vegetarianos se convierten en un mercado potencial, donde la conducta se ve reflejada en la habitualidad de uso de compra racional, llevando a que se convierta en una necesidad para su alimentación diaria, debido a que no consumen otro tipo de alimentos (Gálvez 2015).

2.7. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La Sociedad Ecuatoriana de Gastronomía (SEG), es la nueva embajadora de la cultura gastronómica del país. A través de este gremio, se pretende crear una marca, fortalecer la identidad culinaria y la promoción turística en el mundo.

La embajadora de la sociedad gastronómica ecuatoriana, expresó su agradecimiento al Ministerio de Turismo por la labor realizada en conjunto, y destacó las acciones que se implementaran para fortalecer la identidad gastronómica. Esta organización establecerá una agenda a largo plazo que involucre a todos los actores que tienen la misión de desarrollarla y promoverla. Ecuador tiene la cultura consolidada y una gastronomía que está empezando a conocerse, el efecto está en difundir lo que a fuego lento se ha venido preparando y posicionarlo a escala internacional.

La SEG está conformada por productores, académicos universitarios, chefs, propietarios de restaurantes y diversos asociados del sector hotelero, quienes tienen como objetivo promover la gastronomía ecuatoriana, la excelencia y variedad de productos dentro y fuera del país. Para cumplir con este propósito, se sugerirá a los restaurantes contar en su menú con delicias gastronómicas ecuatorianas, incluidos platos vegetarianos que son los que están pisando fuerte en el país.

Edgar León, reconocido chef del país recalco los premios que se han recibido en la cocina ecuatoriana a lo largo del tiempo. Productos como el chocolate, el aceite de aguacate y el agua mineral han recibido reconocimientos internacionales en ciudades como París. León comentó que se espera que otros productos como los naturales (quinua, arroz de cebada, soya), también sea galardonados internacionalmente. (Quito, 2015)

2.8. DISEÑO DE LA ENCUESTA

- **Introducción**

La encuesta en una es una técnica de investigación de campo; para lograr un mayor acopio de información, esta suele utilizarse como una alternativa a las restricciones que presenta la observación. La encuesta es la realización de ciertas preguntas centradas en obtener determinados datos.

Para el presente proyecto se utilizará investigación de campo, bibliográfica y de intervención social. De campo porque con la encuesta se obtendrá datos confiables que permiten conocer el problema planteado.

- **Objetivo**

Recoger información acerca de los hábitos alimenticios y la tendencia hacia el consumo de comida vegetariana de los habitantes del sector de Santa Clara.



Nombre

Edad

Sexo

1.-Que tipo de restaurantes frecuenta más?

- Formal
- Informal

2.-A qué hora asiste preferentemente?

- Desayuno
- Almuerzo

3.-De los siguientes platos vegetarianos cual sería de su preferencia?

- Paella de verduras
- Hamburguesas veganas
- Pasta con mantequilla de ajo, espinaca y queso parmesano

4.- Asistiría usted a un restaurante de comida vegetariana?

- SI
- NO

5- Con qué frecuencia consume vegetales al día?

- De 1 a 2 veces
- 3 veces
- Nunca

6.-Que elementos influyen en la elección de un restaurante vegetariano?

- Precio
- Buena atención
- Ubicación

7.- Su edad está comprendida entre?

- 18 a 35 años
- 35 a 60 años

8.- Cada cuanto tiempo asistiría usted a un restaurante de comida vegetariana?

- Una o más veces a la semana
- Cada dos semanas
- Cada mes

9.- Cuál cree que es el precio justo que debe pagar por un almuerzo vegetariano que incluye sopa, plato fuerte, jugo y postre?

- \$2.5
- \$2.75
- \$3.00

10.-Te gustaría que el sector cuente con un restaurante que ofrezca alimentos vegetarianos?

- SI
- NO

2.9. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

La encuesta que se va aplicar, está enfocada a personas desde los 18 años en adelante económicamente activas que su lugar de trabajo o estudio sea en el Sector de Santa Clara barrio la Mariscal.

2.9.1. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

El cuestionario tiene preguntas variables cerradas, con la finalidad de que el proceso de investigación sea confiable, porque a través de las respuestas de los encuestados se podrá tomar una decisión

El cuestionario es sencillo, las preguntas no presentaran ningún tipo de confusión y son de una sola respuesta. Además, será discreto, aunque buscando siempre las respuestas que se necesitan y aportando los datos suficientes para que se entienda.

2.9.2. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El número de encuestas realizadas en la investigación son 300, las cuales se aplicaron a los habitantes del Sector de Santa Clara del barrio la Mariscal del Distrito Metropolitano de Quito.

2.10. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

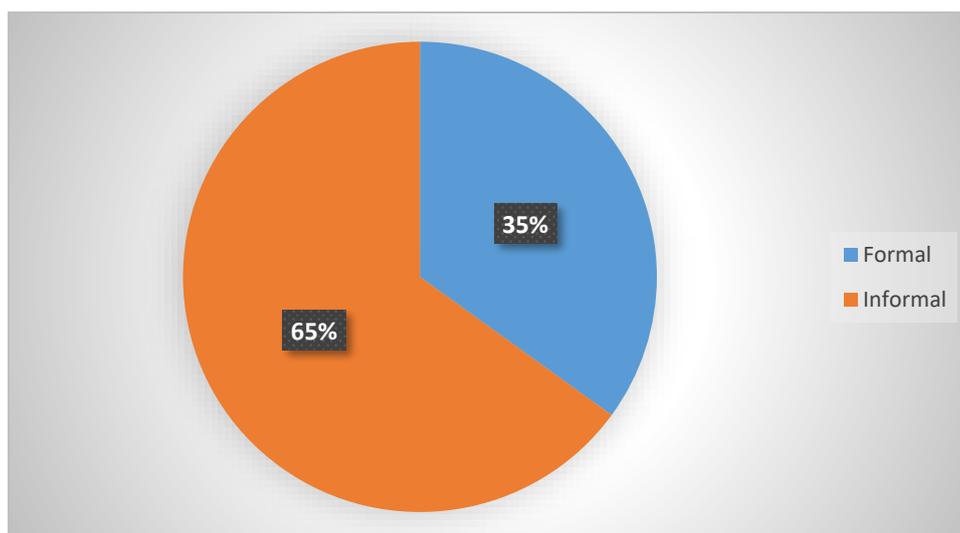
INFORME DE LA ENCUESTA

PREGUNTA N°1 ¿Qué tipo de restaurantes frecuenta más?

Tabla 7 TIPO DE RESTAURANTE QUE FRECUENTAN LOS ENCUESTADOS

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
Formal	105	35%
Informal	195	65%
Total	300	100%

Ilustración 7 TIPO DE RESTAURANTE QUE FRECUENTAN LOS ENCUESTADOS



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

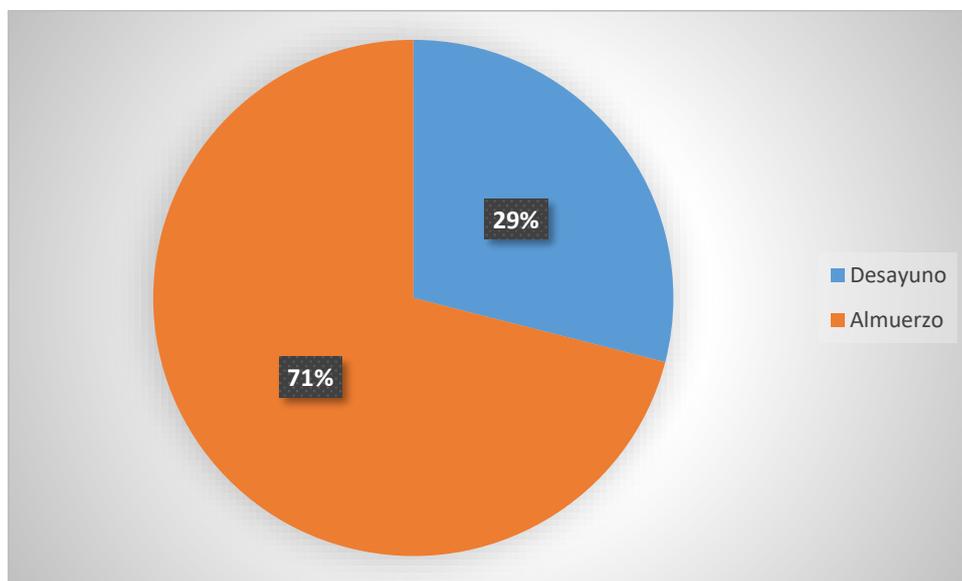
Los encuestados responden que el 65% frecuentan restaurantes informales, y el 35% de los encuestados indica que prefieren frecuentar restaurantes formales. Por lo tanto, la mayoría frecuenta restaurantes informales.

PREGUNTA N°2 ¿A qué hora asiste preferentemente?

Tabla 8 HORA QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
Desayuno	87	29%
Almuerzo	213	71%
Total	300	100%

Ilustración 8 HORA QUE ASISTEN LOS ENCUESTADOS



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

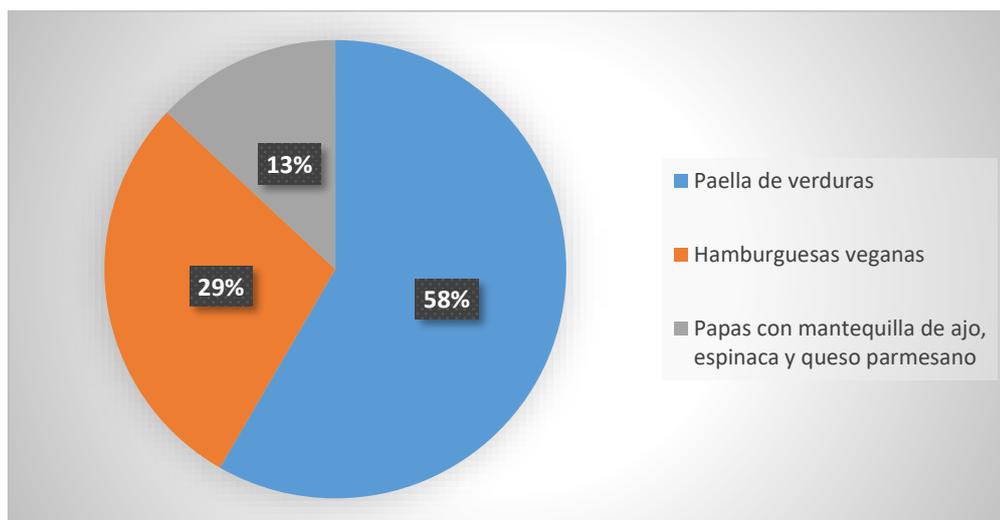
Los encuestados responden que el 71% asisten a un restaurante en el almuerzo y el 29% indica que asiste en el desayuno un restaurante. Por lo tanto, la mayoría asiste a hora de almuerzo a un restaurante.

PREGUNTA N°3 De los siguientes platos vegetarianos, ¿Cuál sería de su preferencia?

Tabla 9 PLATOSVEGETARIANOS QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
Paella de verduras	175	58%
Hamburguesas veganas	86	29%
Papas con mantequilla de ajo, espinaca y queso parmesano	39	13%
Total	300	100%

Ilustración 9 PLATOSVEGETARIANOS QUE PREFIEREN LOS ENCUESTADOS



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

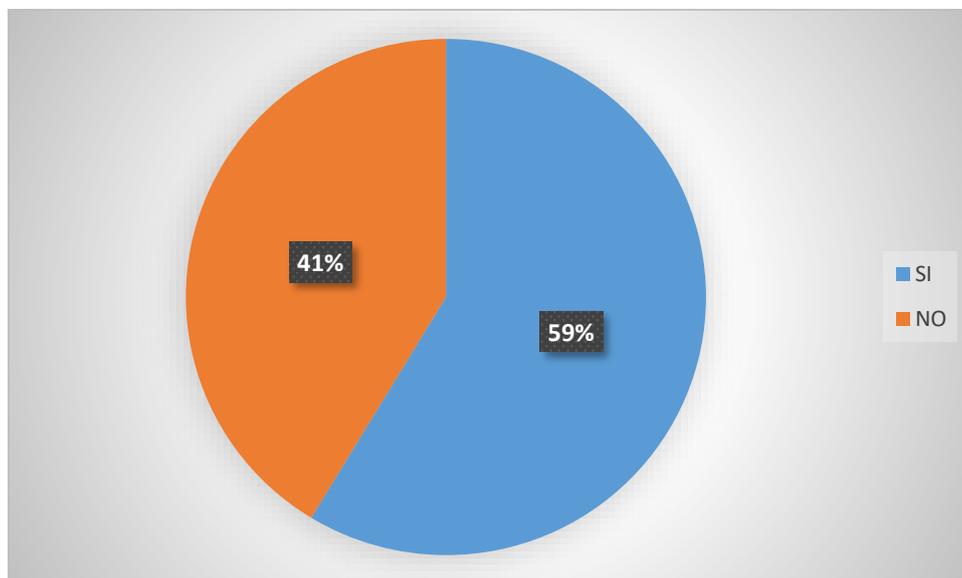
Los encuestados responden que el 58% prefiere paella de verduras, el 29% indica que prefieren hamburguesas veganas y el 13% de los encuestados prefiere papas con mantequilla de ajo, espinaca y queso parmesano. Por lo tanto, la mayoría prefiere paella de verduras.

PREGUNTA N°4 ¿Asistiría usted a un restaurante de comida vegetariana?

Tabla 10 PROBABILIDAD DE QUE LOS ENCUESTADOS ASISTAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
SI	176	59%
NO	124	41%
Total	300	100%

Ilustración 10 PROBABILIDAD DE QUE LOS ENCUESTADOS ASISTAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

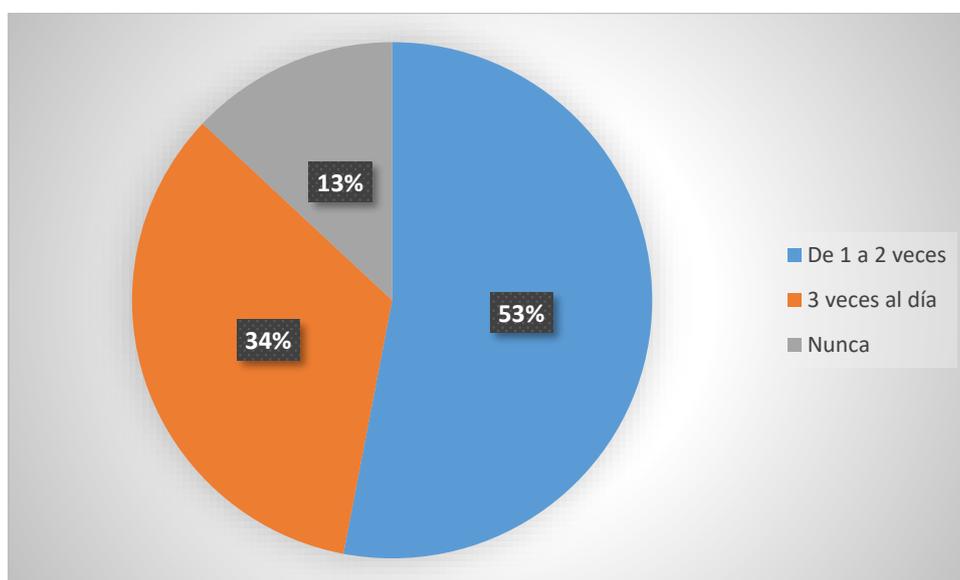
Los encuestados responden que el 59% sí asistiría a un restaurante de comida vegetariana, y el 41% indica que no asistiría a un restaurante de comida vegetariana. Por lo tanto, la mayoría sí asistiría a un restaurante de comida vegetariana.

¿PREGUNTA N°5 Con qué frecuencia consume vegetales al día?

Tabla 11 FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS COMEN VEGETALES

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
De 1 a 2 veces	159	53%
3 veces al día	102	34%
Nunca	39	13%
Total	300	100%

Ilustración 11 FRECUENCIA CON QUE LOS ENCUESTADOS COMEN VEGETALES



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

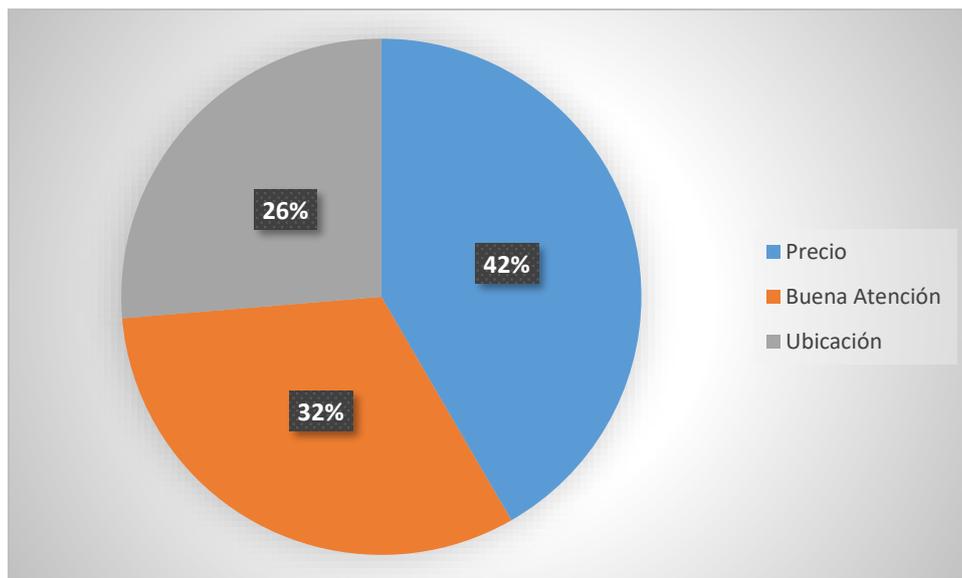
Los encuestados responden que el 53% come vegetales de una a dos veces al día, el 34% de los encuestados come vegetales tres veces al día, y el 13% indica que nunca come vegetales. Por lo tanto, la mayoría come vegetales de una a dos veces al día.

PREGUNTA N°6 ¿Qué elementos influyen en la elección de un restaurante vegetariano?

Tabla 12 ELEMENTOS QUE INFLUEYEN EN LA ELECCIÓN DE UN RESTAURANTE VEGETARIANO

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
Precio	125	42%
Buena Atención	96	32%
Ubicación	79	26%
Total	300	100%

Ilustración 12 Tabla 13 ELEMENTOS QUE INFLUEYEN EN LA ELECCIÓN DE UN RESTAURANTE VEGETARIANO



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

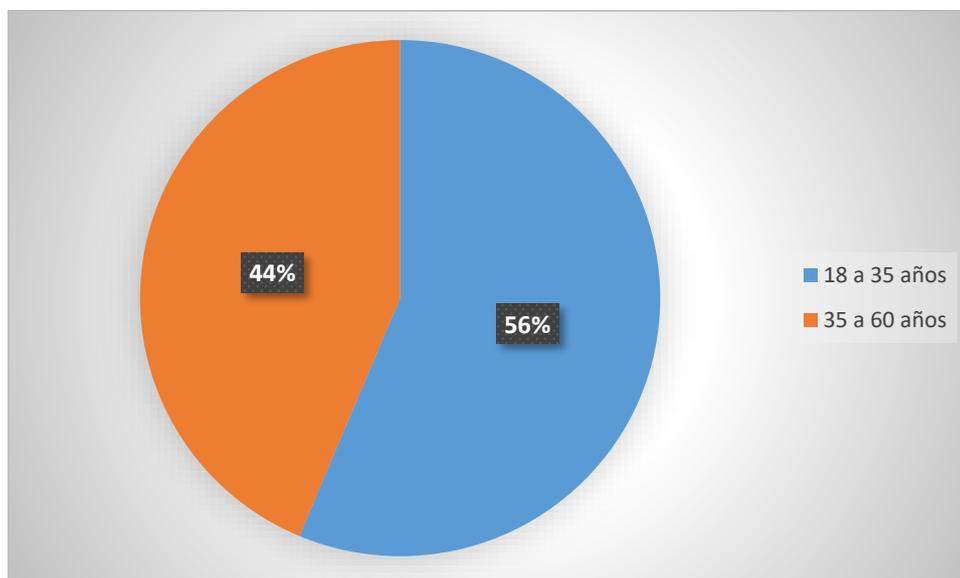
Los encuestados responden que el 42% elige un restaurante por su precio el 32% indica que elige un restaurante por su buena atención, y el 26% de los encuestados elige un restaurante por la ubicación en la que se encuentre. Por lo tanto, la mayoría influye en la elección de un restaurante por el precio.

PREGUNTA N°7 ¿Su edad está comprendida entre?

Tabla 13 EDAD DE LOS ENCUESTADOS

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
18 a 35 años	169	56%
35 a 60 años	131	44%
Total	300	100%

Ilustración 13 EDAD DE LOS ENCUESTADOS



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

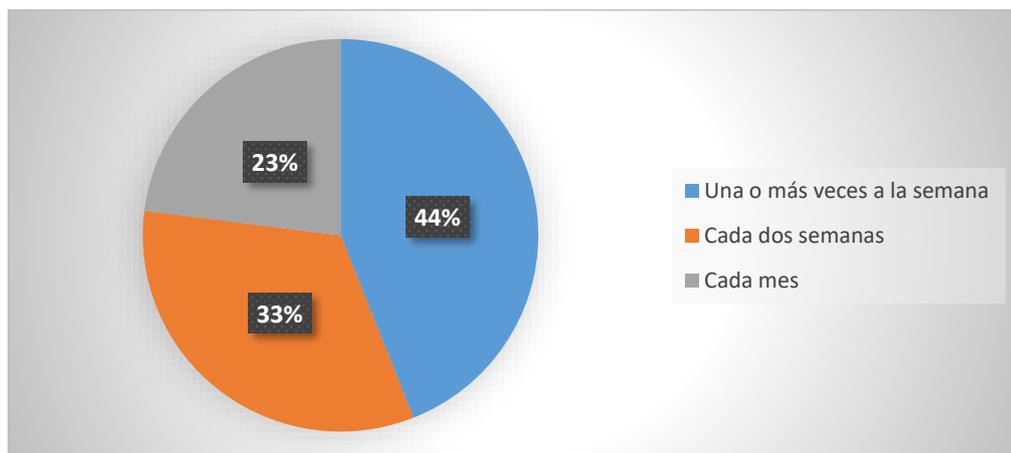
Los encuestados responden que el 56% tienen una edad comprendida entre 18 a 35 años, y el 44% indica que su edad está comprendida entre los 35 a 60 años. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados tienen una edad comprendida entre los 18 a 35 años.

PREGUNTA N°8 ¿Cada cuánto tiempo asistiría usted a un restaurante de comida vegetariana?

Tabla 14 FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS ASISTIRIAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
Una o más veces a la semana	132	44%
Cada dos semanas	99	33%
Cada mes	69	23%
Total	300	100%

Ilustración 14 FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS ASISTIRIAN A UN RESTAURANTE VEGETARIANO



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

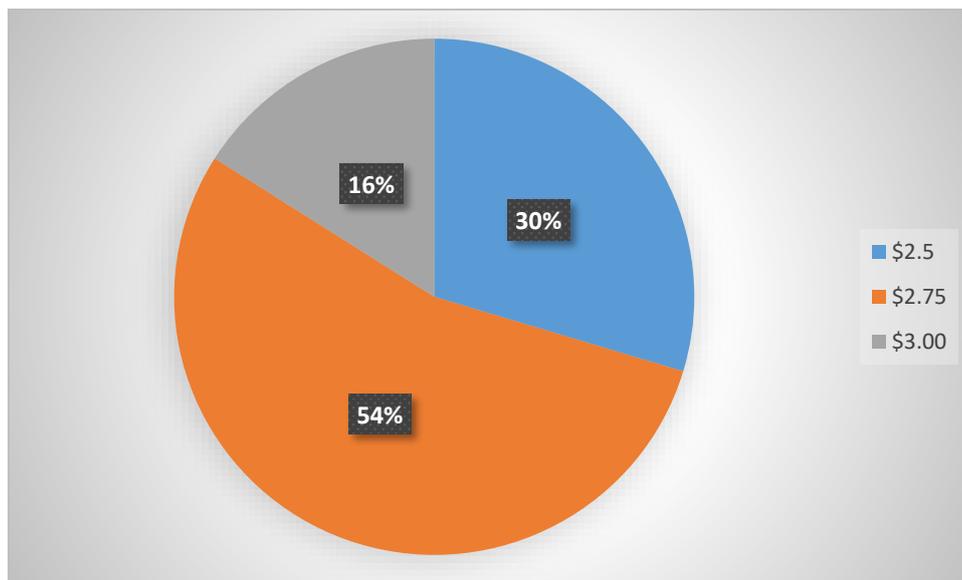
Los encuestados responden que el 44% asistiría a un restaurante vegetariano una o más veces a la semana, el 33% de los encuestados asistiría cada dos semanas, y el 23% indica que asistiría cada mes a un restaurante de comida vegetariana. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados asistiría a un restaurante comida vegetariana una o más veces a la semana.

PREGUNTA N°9 ¿Cuál cree que es el precio justo que se debe pagar por un almuerzo vegetariano que incluye sopa, plato fuerte, jugo y postre?

Tabla 15 PRECIOS QUE LOS ENCUESTADOS CONSIDERAN RAZONABLE

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
\$2.5	89	30%
\$2.75	163	54%
\$3.00	48	16%
Total	300	100%

Ilustración 15 PRECIOS QUE LOS ENCUESTADOS CONSIDERAN RAZONABLE



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

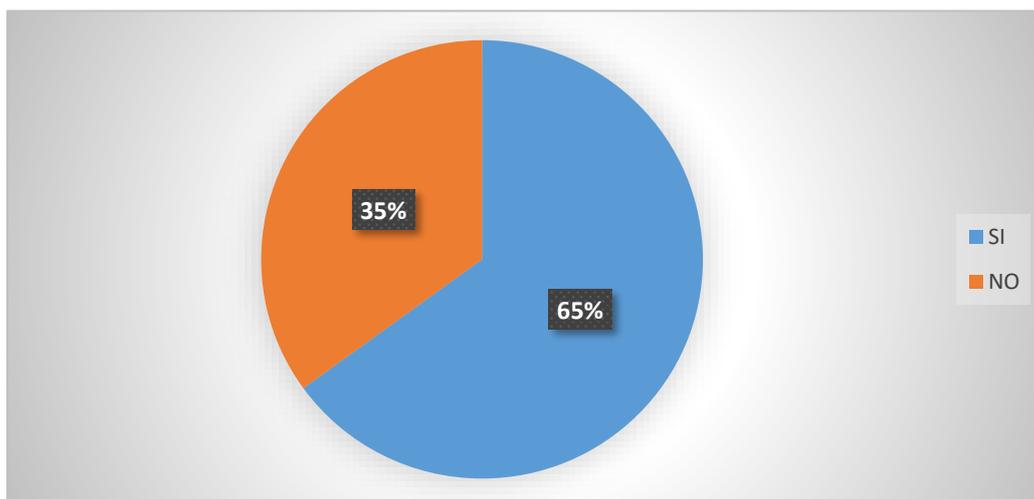
Los encuestados responden que el 54% estaría dispuesto a pagar \$2.75 por un almuerzo vegetariano, el 30% pagaría \$2.5 y el 16% indica que pagaría \$3.00 por un almuerzo vegetariano. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$2.75 por un almuerzo vegetariano.

PREGUNTA N°10 ¿Le gustaría que el sector cuente con un restaurante que ofrezca alimentos vegetarianos?

Tabla 16 RESPUESTA DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA

PREGUNTAS	CASOS	PORCENTAJE
SI	195	65%
NO	105	35%
Total	300	100%

Ilustración 16 RESPUESTA DE LOS ENCUESTADOS SOBRE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA



Investigador Pinto D, julio 2019

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los encuestados responden que el 65% si les gustaría que el sector cuente con un restaurante vegetariano, y el 35% indica que no le gustaría que el sector cuente con un restaurante que ofrezca alimentos vegetarianos. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados indican que si les gustaría que en sector cuente con un restaurante vegetariano.

2.11. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA COMPETENCIA

2.11.1. ANÁLISIS DE PRECIOS

Se utilizan los siguientes indicadores para determinar el precio de los productos.

a) Clientes

Según los resultados cuantitativos que arrojaron las encuestas realizadas en la investigación de mercados, indica que el 54% de las personas están dispuestas a pagar un precio de \$2.75 por un almuerzo vegetariano; el 30% de las personas están dispuestas a pagar \$2.50 y el 16% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar \$3.00 por un almuerzo vegetariano.

b) Precio:

Dentro del plan de negocio el punto del precio, al hablar de la forma de pago se lo debe realizar en efectivo ya que el valor a cancelar no es para nada alto, son valores que comúnmente andamos a llevarlo en nuestras billeteras.

El precio de venta al público es de \$3.00 cada almuerzo el mismo que está compuesto por una sopa, un plato fuerte, postre y jugo que pueden ser combinados de acuerdo a los gustos del consumidor con una amplia carta de ensaladas frías o calientes.

El precio de \$3.00 son valores que me permiten cubrir los costos y obtener una ganancia, se debe tomar en cuenta que no se deben fijar los precios en base a los valores que maneja la competencia este método no es aceptable, lo conveniente es calcular todos los costos y establecer el margen de utilidad que pretendemos ganar.

c) Competencia

La investigación de la competencia concluyo lo siguiente: La competencia directa del restaurante CUCAYU, debido a que ofrecen el mismo producto (almuerzos) son la Naranja Mecánica y Deli Gourmet, mismos que se encuentran a una cuadra al norte en el caso del primero y dos cuadras en la misma dirección en caso del segundo.

Otra competencia sería en este caso las hamburguesas de SESE que ofrecen alimentos propios de un Burger como son hamburguesas, sandwiches, pizzas, etc.

- El competidor 1 “Naranja Mecánica” tiene un precio referencial por plato de \$3.00
- El competidor 2 “Las hamburguesas de Sese” tiene un precio del plato de \$2.75
- **Análisis de la competencia**

Tabla 17 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Análisis de la competencia					
Tipo de negocio	Ubicación	Producto que ofrece	Precio	Valor agregado	Debilidades
Naranja Mecánica	Versalles San Gregorio	Ofrece comida sana deliciosa en un ambiente cálido	\$3.00	Es ideal para personas que les gusta la privacidad ya que es un lugar muy tranquilo	No ofrecen solo comida saludable ya que mezclan Carnes rojas.

Análisis de la competencia

Tipo de negocio	Ubicación	Producto que ofrece	Precio	Valor agregado	Debilidades
Hamburguesas de SESE	Marchena Ulloa y	Es un lugar que ofrece comida variada además de almuerzos	\$3.20	Aquí los clientes eligen entre una gran variedad de hamburguesas incluida la vegetariana	Usan exceso condimentos en sus preparaciones.

- **Proyección en ventas**

El análisis financiero es trascendental ya que nos permite conocer las variables económicas del proyecto, por eso la evaluación financiera comienza por un capital mínimo que incluye las inversiones en activos requeridos y las necesidades de capital del trabajo en cuanto el proyecto empiece a generar ganancias en lo posterior se definirá el medio de crédito para financiar el proyecto incluyendo los costos del capital y contando con los costos de operación y las proyecciones de venta, se reflejaran los resultados que serán plasmados en los estados financieros de los cinco años posteriores a la apertura del restaurante CUCAYU, de los cuales se obtiene los parámetros necesarios para la evaluación del proyecto.

Tabla 18 COSTOS FIJOS

EQUIPOS Y MENAJE DE COCINA			
MERCADERIA	PRECIO	MERCADERIA	PRECIO
5 doc. de cubiertos	\$ 340	mantelería	\$ 375
60 platos soperos	\$ 380	guantes y mallas	\$ 18
60 platos tendidos	\$ 310	Aseo y Limpieza	
60 vasos	\$ 48	desinfectantes	\$ 40
60 tasas	\$ 66	aromatizantes	\$ 25
15 ajiceros	\$ 87	limpiadores	\$ 16
1 cocina industrial	\$ 600	desengrasantes	\$ 30
1 licuadora	\$ 120	Decoración	
5 ollas	\$ 450	cuadros	\$ 100
3 sartenes	\$ 220	flores	\$ 50
1 vertical	\$ 1.000	señalética	\$ 15
1 fregadero	\$ 290		
1 campana extractora	\$ 250		
15 mesas	\$ 475		
60 sillas	\$ 480		
1 plancha freidora	\$ 300		
1 Broiler	\$ 300		
1 horno	\$ 140		
Total			\$ 6.525

Tabla 18 PROYECCIÓN DE VENTAS

Ingresos proyectados por la venta de almuerzos

Venta diaria de (unidades)	60
Precio por unidad	\$ 3,00
Ingresos diarios	\$ 180,00
Número de días de venta al año	240
Venta anual por (unidades)	14.400
Total, Ingresos anuales	\$ 43.200,00

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

Ventas Proyectadas Totales para los cinco primeros años (en términos de unidades)

Tabla 19 PROYECCIÓN DE VENTAS PARA LOS PRIMEROS 5 AÑOS

Producción	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Almuerzos	14400	14421	14442	14463	14484

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

Ventas	Por día	Ingresos día	Costos Día
Sopas	60	\$ 52,50	\$ 32,20
Platos	60	\$ 90	\$ 58,75
Jugos	60	\$ 45	\$ 24,80
Postre	60	\$ 42	\$ 32,25
Total	240	\$ 180.00	\$ 148

Tabla 20 Ingresos proyectados totales en \$ en los primeros cinco años

MATERIA PRIMA	CANTIDADES MENSUALES	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Almendras	5kl	\$ 3	\$ 15	\$ 180
Nueces	2kl	\$ 2	\$ 6	\$ 72
Granola	3kl	\$ 2	\$ 10	\$ 120
Aceite de oliva	8 unid	\$ 7,00	\$ 50,00	\$ 600
Especias	1kl	\$ 2	\$ 10	\$ 120
Col	2Un	\$ 2	\$ 8	\$ 96
Papas	1 saco	\$ 25	\$ 25	\$ 300
Carne de soya	8kl	\$ 3	\$ 30	\$ 360
Frutas	50kl	\$ 5	\$ 50	\$ 600
Choclo	1 saco	\$ 15	\$ 30	\$ 360
Zanahoria	1/2 saco	\$ 1	\$ 3	\$ 36
Rábano	2kl	\$ 1	\$ 3	\$ 36
Brócoli	10Un	\$ 1	\$ 3	\$ 36

Hierbitas	1kl	\$ 1	\$ 3	\$ 36
Espinaca	1kl	\$ 1	\$ 3	\$ 36
Acelga	1kl	\$ 1	\$ 3	\$ 36
Leche de coco	10lt	\$ 1,50	\$ 45	\$ 540
Pan rallado	2kl	\$ 1,00	\$ 3	\$ 36
Aderezos	25lt	\$ 3,00	\$ 5	\$ 60
Harinas vegetales	50kl	\$ 2,00	\$ 66,00	\$ 792
TOTAL			\$ 371	\$ 4.452

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21 BALANCE DE PERSONAL

Cargo	Salario mensual	Aporte patronal	13er, sueldo	14to sueldo	Total salario mensual	Total salario anual
Gerente Administrador	\$200.00	\$18.90	0	0	\$218.90	\$2626.80
Cocinero	\$490.00	\$46.30	\$40.38	\$32.16	\$609.29	\$7311.48
Ayudante de cocina	\$386.00	\$36.47	\$32.16	\$32.16	\$486.79	\$5.841,48
Mesero	\$386.00	\$36.47	\$32.16	\$32.16	\$486.79	\$5841.48
Total	\$1.462	\$138.14	\$104.70	\$96.48	\$180177	\$21627.24

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22 GASTOS DE PUBLICIDAD

GASTOS DE PUBLICIDAD		
Rubros	Costo mensual	Costo anual
Hojas volantes	\$15.00	\$180.00
Páginas web	0	0
Total	\$15.00	\$180.00

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

Servicios Básicos		
Detalle	Costo mensual	Costo anual
Agua	\$20.00	\$240
Luz	\$12.00	\$144
teléfono	\$10.00	\$120
Internet	\$15.00	\$180
Arriendo	\$400.00	\$4800.00
Total	\$457.00	\$5484

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

PRÉSTAMO				
N° cuotas	Capital	Interés	Seguro Desgr.	Valor cuota
24	\$3000	\$540	\$2.98	\$148.99

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL

3.1. ESTUDIO TÉCNICO OPERACIONAL

El diseño de producción nos muestra el sistema productivo que se va a utilizar, así también la tecnología y la forma en que los diferentes insumos serán transformados para obtener todo tipo de alimentos vegetarianos que satisfagan a los comensales.

3.1.1. FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

- **Estrategia de venta**

Considerando el giro del negocio, el mayor esfuerzo de venta se dará al inicio, por lo que generar la intención de compra del segmento del mercado será lo primordial. De esta manera, los atributos del producto que se enfatizarán en la venta serán: calidad, precio y servicio. En cuanto a la calidad se dará el máximo cuidado desde la selección de la materia prima, insumos y el personal de cocina, hasta la entrega del producto. El servicio que se dará será de excelencia por lo que se tendrá cordialidad, atención y agilidad.

Inicialmente se provee que los primeros compradores sean aquellos oficinistas y estudiantes del sector de Santa Clara (al centro Norte urbano de la Ciudad de Quito) que diariamente salen almorzar a los restaurantes cercanos del sector, por lo que se planea que durante el primer mes se realice una estrategia de merchandising, la que se basara en la decoración del exterior del restaurante, que será

de una gigantografía en la que estará el menú del día y su precio, imágenes de comida vegetariana, arreglos de plantas y flores; frases de nutrición colocadas desde la entrada con flechas hacia el restaurante, además se entregara volantes a las zonas cercanas dentro del sector.

Tanto en el rótulo principal del restaurante, mismo que tendrá su nombre y slogan, como en los volantes se pondrá adicionalmente contactos, para que aquellos consumidores potenciales interesados puedan establecer contacto con la empresa.

La información que se presentara en los carteles, imágenes y pancartas será el de generar conciencia sobre la importancia de la alimentación; con el fin de que las personas sientan confianza en que el restaurante le brindará máxima calidad para que deje su salud y nutrición en buenas manos y enfocados en servir a los clientes con el máximo valor.

- **Estrategia de precio**

El precio inicial de la operación del restaurante para el menú del día es de \$3.00, mismos que es un precio bajo que está dentro de la estrategia de mercado, y por ende se espera que la aceptación inicial del producto sea inmediata.

Para fijar el precio se estudió el mercado en cuanto a su disposición a pagar, y además se consideró la estrategia del negocio. De esta manera se analizó el segmento meta lo conforman un grupo de trabajadores de clase media, mismos que no estarían en condiciones de pagar un precio superior por un almuerzo cada día porque su situación lo limita, sin embargo se interesan por mejorar sus hábitos alimenticios para lograr una mejor salud, la estrategia del negocio tiene como finalidad difundir la

marca en el mercado, de esta manera un precio bajo ayudaría a penetrar en el mercado de manera más extensiva, permitiéndole al segmento del mercado acceder de una manera inmediata.

En caso del menú del día, el costo unitario es de aproximadamente \$2.10 lo cual deja una ganancia por unidad de \$0.90; que en términos porcentuales representa un margen de utilidad del %34.10.

Si se llegase a dar el caso de que los restaurantes del sector fijen precios más bajos, no se estaría en vulnerabilidad ya que, además de tener un precio bajo, para el mercado la oferta de alimentos es de calidad y son un aporte para la salud de los clientes, y sin duda es una ventaja competitiva valiosa e incomparable.

- **Estrategia promocional**

Con el fin de promocionar la oferta gastronómica del restaurante se hará un uso adecuado de las herramientas tecnológicas existentes en el mercado; por lo que el internet será el medio principal para comunicar a los clientes potenciales sobre la oferta que se brinda.

El merchandising será una herramienta valiosa que se la usará en el primer mes de funcionamiento, con él, objetivo de llamar la atención y generar interés e intención de compra de los consumidores.

La campaña promocional principalmente la oferta de valor del restaurante, mismo que es (brindar a los clientes la tranquilidad y confianza de que diariamente están alimentándose sano). Por lo que atributos como calidad, precio y servicio son esenciales y deben ser comunicados al mercado.

La marca del restaurante es CUCAYU tomando como referencia a la palabra cucayo que es de origen quichua y significa comestible que se lleva en los viajes.

Al realizar una pequeña modificación en la última letra se pudo adaptar el nombre del Restaurante “CUCAYU”

3.2. PLAN DE COMPRAS

El análisis financiero es trascendental ya que nos permite conocer las variables económicas del proyecto, por eso la evaluación financiera comienza por un capital mínimo que incluye las inversiones en activos requeridos y las necesidades de capital del trabajo en cuanto el proyecto empiece a generar ganancias en lo posterior se definirá el medio de crédito para financiar el proyecto incluyendo los costos del capital y contando con los costos de operación y las proyecciones de venta, se reflejarán los resultados que serán plasmados en los estados financieros de los cinco años posteriores a la apertura del restaurante CUCAYU, de los cuales se obtiene los parámetros necesarios para la evaluación del proyecto.

3.3. LOGOTIPO:

Ilustración 17 LOGOTIPO DEL RESTAURANTE



3.3.1. DESCRIPCIÓN DEL LOGOTIPO

- **Tenedor:** es un recurso muy utilizado en los logotipos de los diferentes sectores relacionados con la gastronomía.
- **Colores:**
 - Verde:** Se asocia a la salud, a la tranquilidad, al dinero y la naturaleza
 - Café:** Este es un color que evoca a la tierra, la confianza y la privacidad
 - Morado:** Se relaciona con la espiritualidad y la elegancia
- **Estrategia de proceso de producción**

Para la elaboración de los alimentos vegetarianos, se utilizará un enfoque a producto, se caracteriza porque las instalaciones se adecuarán al entorno del producto.

En la elaboración del producto se requerirá de un reparto por producto ya que se hacen trabajos en secuencia y continuos guiándose por instrucciones. Así mismo la distribución por producto reúne al personal y el equipamiento siguiendo un orden para la elaboración de cada producto.

Ficha técnica

Tabla 24 ficha técnica

Restaurante (CUCAYU)	Bebidas naturales (SI)
Cocinero (SI)	Zona de fumadores (SI)
Wi-Fi (SI)	Sopas vegetarianas (SI)
Dirección (Sector Santa Clara)	Postres con fruta de temporada (SI)
Teléfono (0995632587)	Almuerzos ejecutivos (SI)
Meseros (SI)	Valor por persona (\$3.00)
Ayudantes de cocina (SI)	Horarios de apertura (7:00am a 16:00pm)
Productos orgánicos (SI)	Email (En proceso)

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

3.4. PLAN DE PRODUCCIÓN

El proceso productivo del restaurante CUCAYU tiene cuatro pasos y dentro de cada paso una serie de procedimientos alineados. El primer paso corresponde a la elección del menú del día; el segundo paso a la adquisición de la materia prima; el tercer paso a la elaboración de la comida y finalmente el cuarto paso corresponde al cobro y distribución de los alimentos a los clientes.

Ilustración 18 PROCESO DE PRODUCCIÓN



3.5. PLAN DE COMPRAS

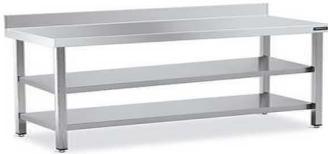
3.5.1. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS

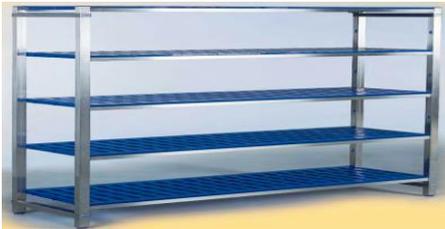
Para la elaboración de los diferentes platos vegetarianos se tomará en cuenta productos de óptima calidad, entre los principales insumos que se requieren para elaborar los diferentes menús en el restaurante CUCAYU son los siguientes:

Requerimientos de insumos	
Hortalizas	
Cereales	
Frutas	
Soya	
Tubérculos	
Champiñones	

<p>Especcias</p>	
------------------	--

Maquinaria

<p>Cocina industrial</p>	
<p>Mesas de trabajo</p>	

<p>Horno</p>	
<p>Fregadero</p>	
<p>Estantería</p>	
<p>Broiler</p>	

3.5.2. SERVICIO

Dentro de las organizaciones sin importar actividad económica que estas realicen, es relevante la calidad del servicio que se presta a los consumidores, siempre adelantándose a sus requerimientos y necesidades.

La lealtad de los consumidores se lo logra a través de la entrega de un producto que cumpla y satisfaga sus expectativas, pero sobre todo con la calidad del servicio que va acompañado el producto.

3.6. ESTUDIO DE OPERACIÓN

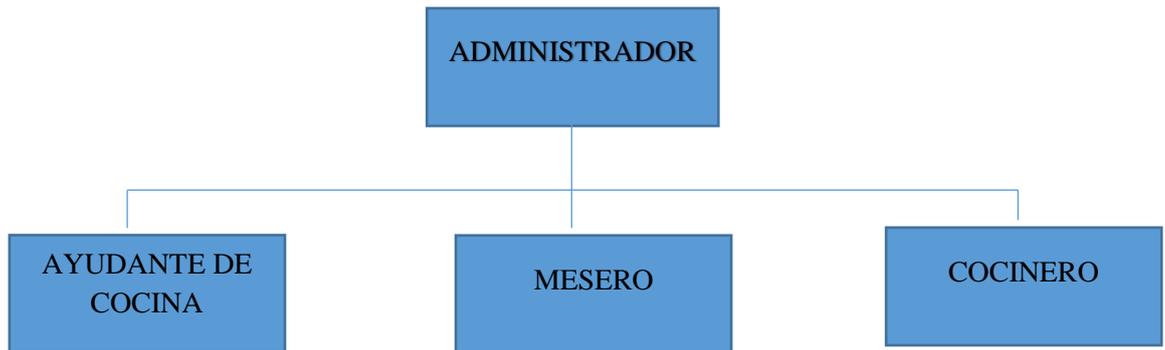
3.6.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

- Ingreso del cliente a CUCAYU
- Mesero atiende al cliente e indica el menú
- Cliente indica el menú que le apetece
- Entrega el producto (almuerzo) al cliente
- Cliente consume el producto
- Cliente se acerca y es atendido por la cajera
- Cliente se retira del restaurante

3.6.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL – ESTRUCTURA Y DESCRIPCIÓN FUNCIONAL

La organización estará conformada por cuatro personas, mismas que estarán relacionadas de acuerdo a la siguiente estructura.

Ilustración 19 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



El diseño organizacional se basa en el tipo de negocio y en su enfoque; por lo que ha establecido un diseño más horizontal que vertical y el capital humano se ha ubicado en la parte central del organigrama.

Una vez establecido el diseño organizacional junto con su estructura, se describirá a cada una de las funciones existentes:

Nombre	Departamento	# de personas
Gerente	Administrativo	1
Cocinero	Producción	1
Ayudante de Cocina	Producción	1
Mesero	Producción	1

Elaborado por: Daniela Pinto

Fuente: Elaboración Propia

- **Gerente-Administrador.** -es la autoridad máxima del negocio, es quien se responsabiliza del control del Restaurante, se encarga de la caja y del inventario de insumos, así como de las compras. Dirige al cocinero, al ayudante de cocina y al mesero.
- **Cocinero.** - es el líder de la operación del negocio, es quien se encarga de la preparación de los diferentes platos vegetarianos y del manejo de la cocina.

- **Mesero.** - es parte del servicio es la persona que se encarga de atender las mesas, alistar cubiertos, servir los pedidos y bebidas a los comensales de CUCAYU.
- **Ayudante de cocina.** - es parte del equipo de cocina es quien se encarga del alistamiento de los productos que se requieren para la preparación de los diferentes menús vegetarianos.

3.7. ANÁLISIS DEL MARCO NORMATIVO

Para la constitución de la compañía se debe seguir catorce pasos, mismos que son los siguientes:

1. Aprobación del nombre o Razón Social de la empresa en la Superintendencia de Compañías
2. Apertura de la cuenta de integración de Capital en cualquier banco
3. Elevar a Escritura pública la minuta de Constitución de la Empresa
4. Presentación de tres escrituras de constitución de la empresa en cualquier notaria
5. La Superintendencia de compañías, en 48 horas como máximo puede responder con oficio o con resolución, Con oficio responde cuando hay algún error de escritura, o cuando por su objeto social debe tener permisos previos; y en este caso se debe rectificar y cumplir con todas las observaciones hechas mediante el oficio para continuar con el proceso de constitución y así obtener la resolución.
6. Publicación del extracto en un periódico de amplia circulación en el domicilio de la empresa, por un solo día, y comprar tres ejemplares del mismo para presentar uno en el Registro Mercantil y otro en la Superintendencia de Compañías

7. Se debe sentar razón de la resolución de Constitución en la Escrituras, en la misma notaria donde reposa la Escritura matriz de la constitución
8. Se debe obtener la patente municipal
9. Se debe inscribir las escrituras en el Registro Mercantil
10. Se debe inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos del Representante legal de la empresa, para lo cual se debe presentar el acta de la Junta General en donde se nombran a los administradores y nombramientos originales de cada uno.
11. Los documentos que se debe presentar en la Superintendencia de Compañías para finalizar el trámite de constitución son: Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el Registro Mercantil, un ejemplar del periódico en el cual se publicó el extracto, original y dos copias certificadas de los nombramientos del Representante Legal, copia legible de la cédula de ciudadanía y una copia simple de pago de agua, luz o teléfono del domicilio de la compañía
12. La Superintendencia después de registrar el acto jurídico, le entrega al usuario lo siguiente; formulario del RUC, datos generales, cumplimiento de obligaciones y existencia legal, nómina de socios, y datos de la constitución
13. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas, para lo cual se debe presentar: formulario del RUC llenos y suscritos por el representante legal, original y copia de la escritura, copia del nombramiento del representante legal, y copia de la planilla de un servicio básico.
14. Se debe presentar en la Superintendencia de Compañías copia simple del RUC a fin de obtener el oficio para la liberación de fondos

3.8. PRINCIPALES DISPOSICIONES Y REGULACIONES AL NEGOCIO

Para obtener los permisos necesarios para operar un restaurante se debe cumplir con los siguientes requisitos:

1. Obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas
2. Obtener el permiso de suelo, la patente municipal y la Licencia Única de Actividades Económicas en el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
El uso de suelo es un documento que determina si la actividad a realizarse es permitida y qué condiciones adicionales debe cumplir el local. Para obtener el certificado se debe pagar \$2,00. Al pagar la tasa se recibe un formulario (Solicitud de Consulta de Suelo) el mismo que se completa y entrega en la ventanilla de la Dirección de Uso del Espacio y la vía Pública del Municipio. La patente municipal es la inscripción de un negocio en los registros de la municipalidad en cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa constituida.

Dicha patente municipal debe renovarse cada año. El valor a pagar cada año se determina en función del patrimonio con que opere la empresa en base a una tabla.

La fecha máxima de pago es hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta. Para obtener la patente municipal es necesario completar un formulario, adjuntar los requisitos solicitados y cancelar la liquidación correspondiente.

La Licencia única de actividades Económicas es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Mediante la ordenanza Nro.308 se establece el régimen administrativo para la obtención de licencias metropolitanas; y, en particular, de la Licencia Metropolitana única para el Ejercicio de Actividades Económicas.

Están obligados a obtener esta licencia hasta el 30 de Abril todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho privado o público, o las comunidades que ejerzan actividades económicas, con o sin finalidad de lucro; en establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Para obtener la Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE), se puede tramitar en la Administración Zonal más cercana al establecimiento⁴¹.

3. Obtener el permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos. Para obtenerlo las empresas deben llenar una solicitud de inspección de los locales comerciales adjuntando los documentos requeridos, cancelar una tasa calculada por el cuerpo de bomberos en función del riesgo de incendios del comercio, y obtener el visto bueno de un inspector de los Bomberos. En la vista el Inspector de Bomberos revisara que el establecimiento tenga distintivos que indiquen la salida en caso de emergencias, si existe una salida de emergencias, si el lugar cuenta con rociadores de agua en caso de ser necesarios. Además, todos los locales deben contar con un extintor por cada 100m de área útil, que puede ser de CO₂ o polvo químico seco, dependiendo de los procesos que se realicen en el negocio y el tipo de máquinas y equipos. Finalmente, todos los locales deben tener avisos en los que se prohíbe fumar dentro de las instalaciones.

4. Registrarse en el Ministerio de Turismo. Para ello, se debe llenar una solicitud de registro, anexando los documentos requeridos. El Ministerio de Turismo calificará el establecimiento en función de sus características, y dentro de la

clasificación también definirá su categoría (primera hasta la cuarta categoría, o de lujo).

5. Obtener el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública por medio de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). Para obtener el permiso, se debe solicitar, completar y presentar un formulario junto con varios documentos solicitados y cancelar el costo del permiso. Los documentos solicitados son los siguientes: solicitud para permiso de funcionamiento, copia del RUC actualizado del establecimiento, croquis con referencias de ubicación del establecimiento, copia de la Escritura de Constitución, copias de cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal, copia del certificado de capacitación en Higiene y Manipulación de Alimentos, copia del certificado de Salud ocupacional emitido por los Centros del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por un año desde su emisión), Licencia Única de Actividades Económicas LUAE emitido por el Distrito Metropolitano de Quito.⁴² El valor a pagar está en función del tipo de establecimientos, y resulta de multiplicar el coeficiente asignado en una tabla por 2.4% por un salario mínimo vital.⁴³

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES RESTAURANTE CUCAYU

N°	ACTIVIDADES	INICIO	FINAL	1-jun	2-jun	3-jun	4-jun	5-jun	6-jun	7-jun	8-jun	9-jun	10-jun	11-jun	12-jun	13-jun	14-jun	15-jun	16-jun	17-jun	18-jun	19-jun	20-jun	21-jun	22-jun	23-jun	24-jun	25-jun	26-jun	27-jun	01-jul	03-jul	05-jul	
1	Recolección de información para la propuesta de implementación	1-jun	5-jun	■	■	■	■	■																										
2	Construcción del planteamiento del problema, objetivos y justificación	6-jun	10-jun						■	■	■	■																						
3	Revisión de bibliografía, marco teórico y conceptual	11-jun	15-jun										■	■	■	■																		
4	Resultados de la investigación	16-jun	18-jun															■	■	■														
5	Descripción de la metodología	18-jun	20-jun																	■	■	■												
6	Encuesta a posibles clientes	21-jun	23-jun																				■	■	■									
7	Interpretación de resultados	24-jun	26-jun																					■	■	■								
8	Presentación de la propuesta	27-jun	01-jul																										■	■				
9	Evaluación de la propuesta	01-jul	05-jul																													■	■	

3.9. CONCLUSIONES

En conclusión, podemos manifestar que la presente investigación nos muestra que el vegetarianismo en el Ecuador ha crecido notablemente, nos permitió conocer de manera amplia el mercado objetivo y entender los factores positivos y negativos que podrían afectar el negocio.

Es importante que la población ecuatoriana tome conciencia del tipo de productos que consumen en su dieta diaria, adquiriendo productos nutritivos y de calidad, con el fin de crear una adecuada cultura alimenticia en el país y reducir el índice de enfermedades causadas por la mala alimentación.

El plan de negocio destinado a ofrecer productos vegetarianos a un precio asequible para el consumidor, contribuye al bienestar social, y fomenta el desarrollo económico en el país.

3.10. RECOMENDACIONES

Es aconsejable que cualquier persona que desee ejecutar un plan de negocio elabore un estudio de factibilidad, pues este constituye una herramienta esencial y eficaz que le permitirá ejecutar y llevar a cabo su idea de negocio con gran acogida y éxito.

Se sugiere que al momento de seleccionar el equipo de trabajo el mismo que va a constituir el plan de negocio, establecer de manera escrita las cláusulas, condiciones y políticas de la empresa evitando oportunamente riesgos innecesarios y obteniendo un equipo de trabajo armonioso.

Se recomienda comercializar o elaborar productos que le permitan al cliente poder alimentarse de una manera saludable y sin privarse de darse un gusto, tomando en cuenta las necesidades y deseos para transformarlos en productos que permitan la entera satisfacción del cliente, cumpliendo con las normas de sanidad.

Se aconseja a la población ecuatoriana cambiar los malos hábitos alimenticios por el consumo de productos sanos, como son frutas, vegetales y hortalizas evitando en manera de lo posible las carnes, para de esta manera, garantizar el goce de una vida sana.

3.11. BIBLIOGRAFÍA

- <tps://travesiasdigital.com/peru/lima-veggie-el-paraiso-vegetariano-de-america>www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/
- www.google.com/search?rlz=1C1CHWA_esEC732EC733&ei=-O4dXcCsDerm5gKqq5zoDw&q=cuantos+restaurantes+hay+en+quito&oq=cuantos+restauran
- Constitución de compañías. Extraído el 16 de junio del 2014 http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf 40 Municipio Metropolitano de Quito. Guía para declaración en línea del impuesto a la patente.
- http://www.cip.org.ec/attachments/article/935/GUÍA_DECLARACIÓN_EN_LÍNEA_PATENTE_PERSONAS_JURÍDICAS.PD
- 41 empresas Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. LUAE. Extraído el 16 de junio del 2014, desde <http://www.quitoturismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>
- 42 Ministerio de Salud Pública- Dirección Provincial de Salud de Pichincha. Requisitos para permiso de funcionamiento. Extraído el 16 de junio del 2014, desde <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-defuncionamiento.pdf>
- 43 Ministerio de Salud Pública. Derechos por permiso de funcionamiento Año 2013. Extraído el 16 de junio del 2014 <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/Costo-permisos-de-funcionamiento.pdf>
- https://www.google.com/search?q=alimentos+vegetales&rlz=1C1CHWA_esEC732EC733&oq=alimentos+veget&aqs=chrome.1.69i57j0l5.7391j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- https://www.google.com/search?rlz=1C1CHWA_esEC732EC733&ei=g84WXeuHGMT05gKk2p-oCg&q=imagenes+de+vegetales&oq=imagenes+&gs_l=psy-ab.1.1.0i67110.17
- https://unionvegetariana.org/wp-content/uploads/2017/08/cocina_vegana-clasicos.pdf
- www.google.com/search?q=imagenes+cocido+vegetariano&rlz=1C1CHWA_esEC732EC733&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=wWYAo-qn-X
- https://www.elespanol.com/cocinillas/recetas/saludables/20161101/veganismo-come-vegano-dieta-sana/1000669982996_3
- [com/search?rlz=1C1CHWA_esEC732EC733&ei=Pe8dXaaKJI6b5gK3prfoDg&q=equipos+industriales+de+cocina&o](http://www.google.com/search?rlz=1C1CHWA_esEC732EC733&ei=Pe8dXaaKJI6b5gK3prfoDg&q=equipos+industriales+de+cocina&o)

RECETAS VEGETARIANAS

COCIDO VEGETARIANO

Ingredientes

- 500gr de garbanzos
- 3 papas
- 2 puerros
- 3 zanahorias
- 1 tomate
- Medio repollo
- 500g de acelgas
- 1 paquete de salchichas de soja
- 1 hoja de laurel
- 1 pizca de pimentón
- 1 pizca de sal marina
- 1 pizca de pimienta
- 1 pizca de perejil picado

Preparación

Deja los garbanzos en remojo la noche anterior. Pela el tomate, las papas y las zanahorias, pon todos los ingredientes juntos, previamente picados en una olla. Añade el laurel, pimentón, sal marina y pimienta. Cocinar durante 2 horas. Sírvelo espolvoreado de perejil picado



ESTOFADO MONTAÑES

Ingredientes

- 80 gr soja gruesa
- 3 - 4 papas
- 100 gr Champiñones
- 1/2 Cebolla
- 1 Ajo
- Uvas pasas
- 1/3 vaso Vino tinto
- 2 vasos Caldo vegetal
- Pimentón dulce (o picante)
- Romero
- Aceite de oliva
- Sal

Preparación

Media hora antes de ponerse a cocinar, al menos, deja macerando la soja texturizada en el caldo vegetal caliente, y un puñado de pasas en el vino tinto. En una olla, pon a dorar el ajo y la cebolla picados finos en un poco de aceite. Cuando empiece a estar todo ligeramente dorado, añade los champiñones cortados en láminas. Echa un poco de pimentón dulce o picante, al gusto, y rápidamente el vino con las pasas maceradas, la soja con la mitad del caldo de verduras, y una cucharada de hojas de romero seco. Corrige de sal, pon la tapa, pero no la cierras del todo, y deja cocer a fuego medio para que se tomen todos los sabores. Si se queda sin caldo, añade un poco más del que has reservado. Debe quedar jugoso. Pela y corta las papas en dados y fríelas en abundante aceite caliente. Cuando estén doradas, ve sacándolas y deja unos minutos escurrir, en papel absorbente, el exceso de grasa. Coloca en el fondo del plato las patatas fritas, y encima vierte el estofado listo y recién retirado del fuego.



HAMBURGUESA DE AVENA

Ingredientes

- Medio pimiento verde
- Medio pimiento rojo
- Media cebolla
- 2 hojas de Acelga
- Nueces
- Avena
- pan rallado

Preparación

Pico y mezclo con alguna que otra especie, enharino, paso por la sartén y este es el resultado. Salen unas cuantas, depende de cuanta avena se ponga pero regularmente suelen salir unas cuatro.



POSTRES

Pastel de chocolate



Biscocho de Almendra



Tarta de fresa



Tarta de piña y mango



Milhojas de fruta



Flan de plátano

