



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

## DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

### CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**TEMA: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ESPACIO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA  
IÑAQUITO, CANTÓN QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA PARA LA GENERACIÓN  
DE UN EMPRENDIMIENTO DE RESTAURACIÓN**

#### **AUTOR:**

Maldonado Quevedo, Lizeth Tamar

#### **DIRECTOR:**

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

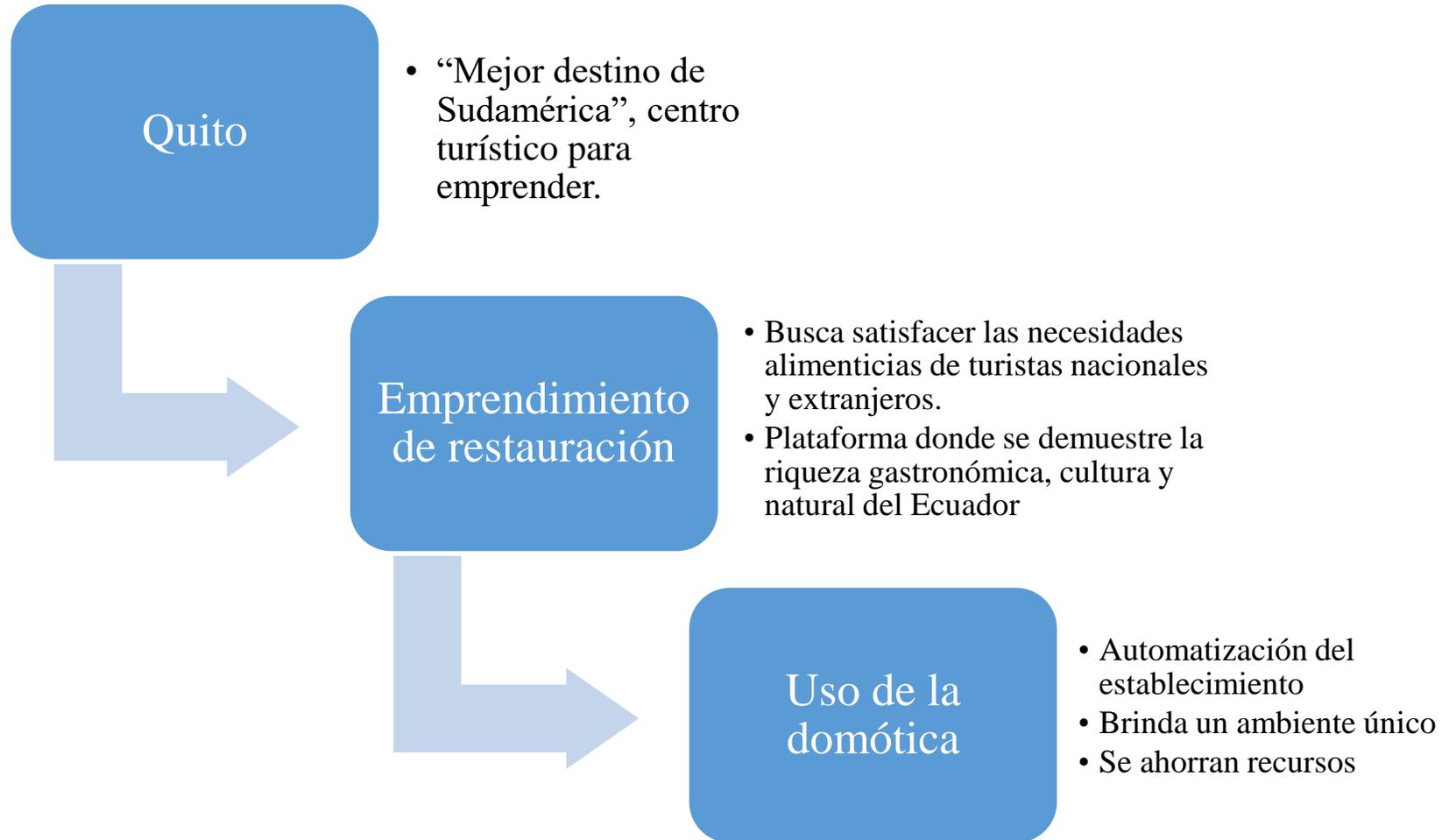


# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



El 29,6% de la población ecuatoriana entre 18 y 64 años, es decir casi 3 millones de personas emprenden un negocio convirtiendo a Ecuador por sexto año consecutivo en el país latinoamericano en donde se registra el mayor número de emprendimientos. Sin embargo, el 90% de los emprendimientos no llega a los tres años de vida.

# JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA



# OBJETIVOS

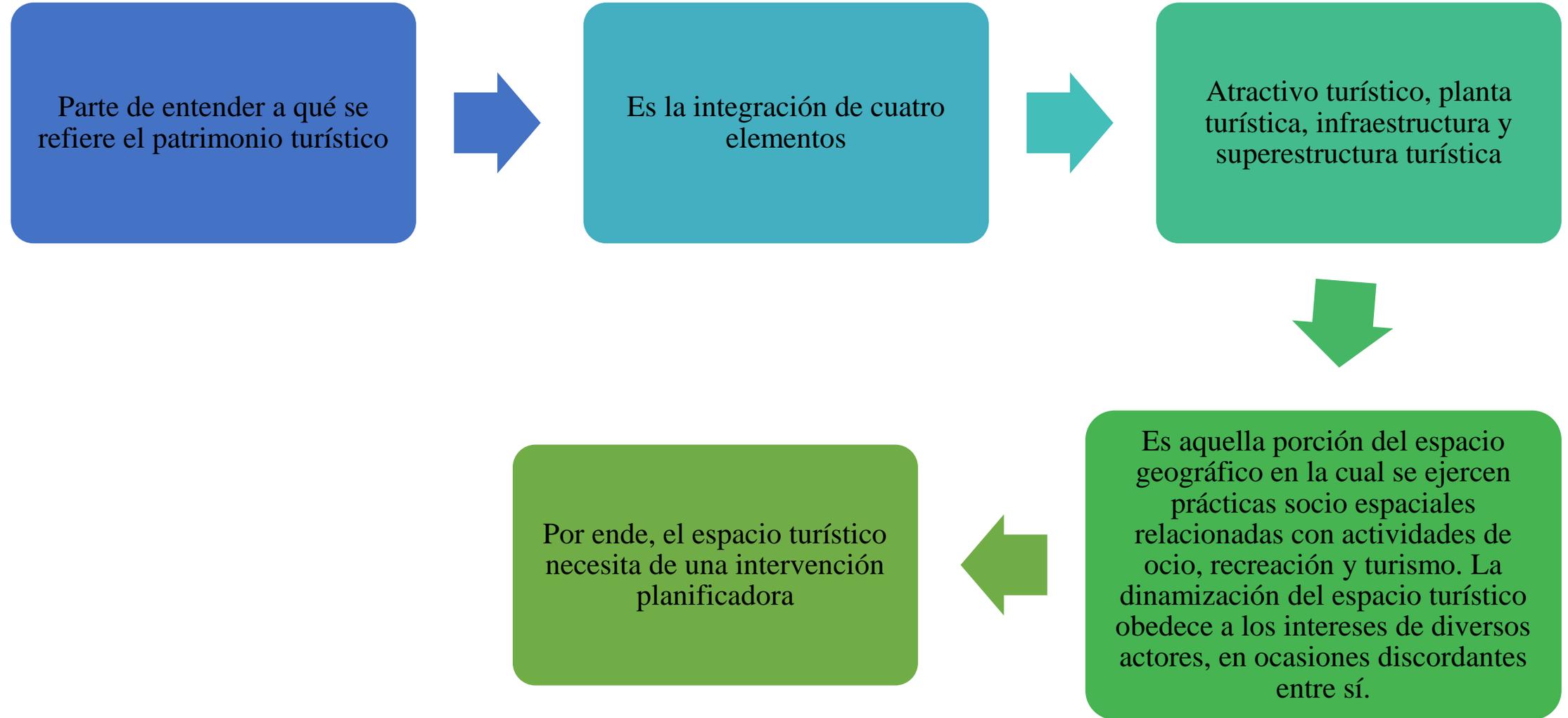
## OBJETIVO GENERAL

- Analizar el espacio turístico de la parroquia Ñaquito, cantón Quito, provincia de Pichincha para la generación estratégica de un emprendimiento de restauración.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Plantear el problema de investigación en base al análisis estratégico del espacio turístico de la parroquia Ñaquito con el propósito de implementar un emprendimiento rentable.
- Definir el marco teórico en relación a espacio turístico y emprendimiento de restauración a fin de sustentar la investigación.
- Establecer el marco metodológico; enfoque, modalidad, nivel de investigación, técnicas y herramientas de manejo para el desarrollo de la investigación.
- Realizar el diagnóstico de la parroquia Ñaquito para la generación de un restaurante, a través del análisis del espacio turístico.
- Diseñar una propuesta de emprendimiento turístico en la parroquia Ñaquito, que sirva como referente de gestión en restaurantes.

## Teoría del espacio turístico



## Características del espacio turístico

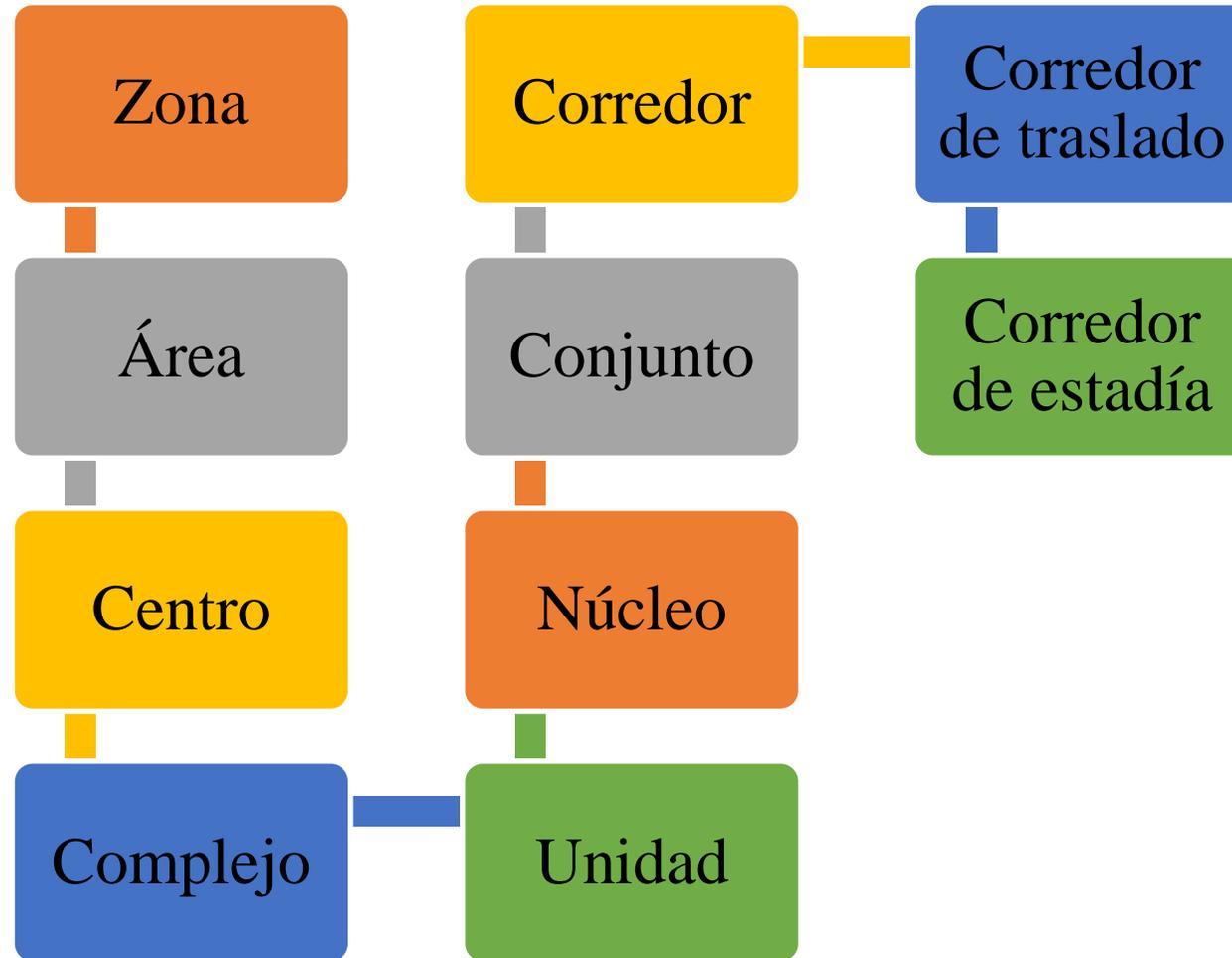
### Discontinuidad

No existe una región como tal que pueda llamarse turística, por el hecho de que el espacio turístico es entrecortado, es por ello que no es adecuado usar las técnicas de regionalización con el fin de proceder a su delimitación, pues al utilizar dichas técnicas se abarca toda la superficie, y ello implicaría que se tomen en consideración grandes extensiones de tierra que no son turísticas.

### Determinación del espacio

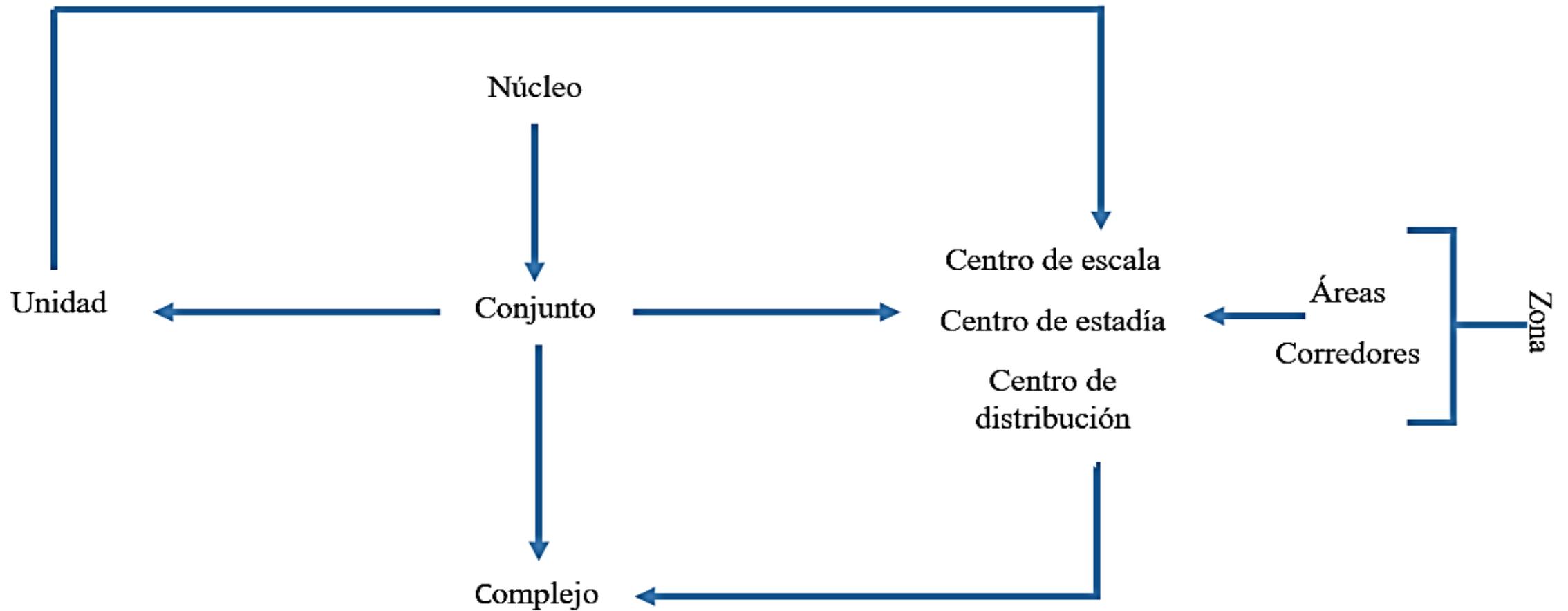
Para llevar a cabo la determinación del espacio turístico, se recurre al método empírico, la observación y detección de agrupaciones o concentraciones que saltan a la vista.

## Componentes del espacio turístico



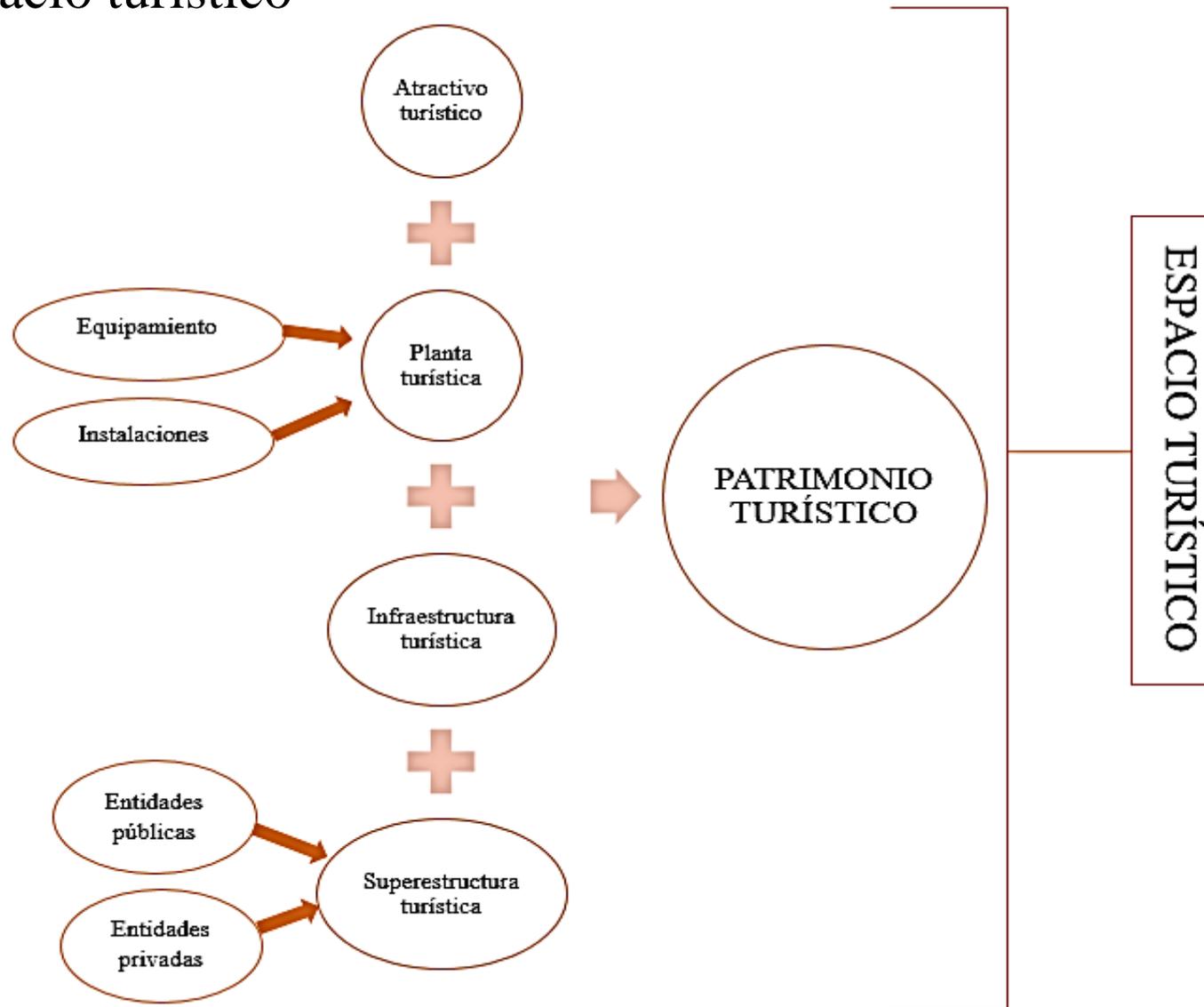
# MARCO TEÓRICO

## Relación de los componentes del espacio turístico

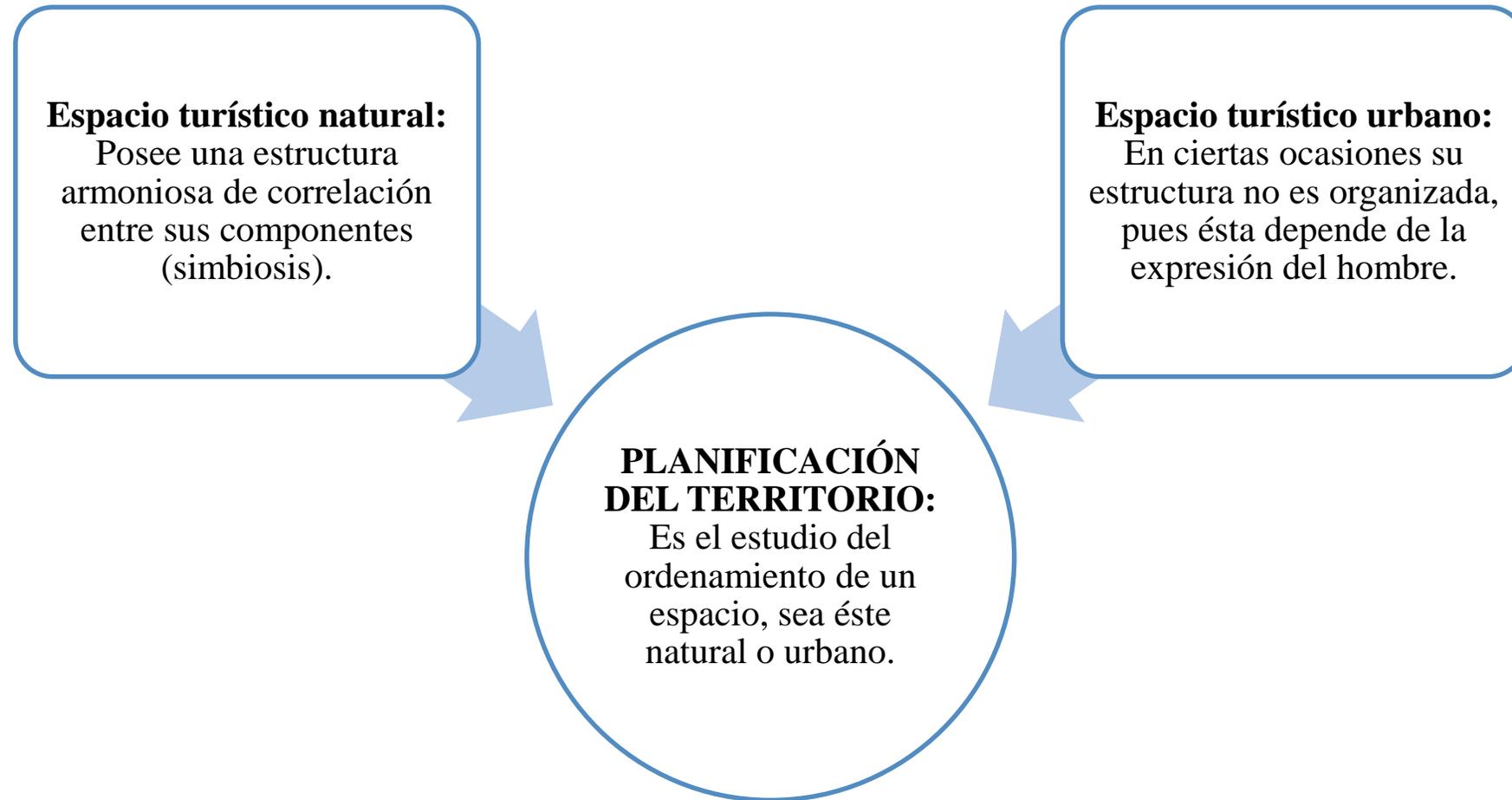


# MARCO TEÓRICO

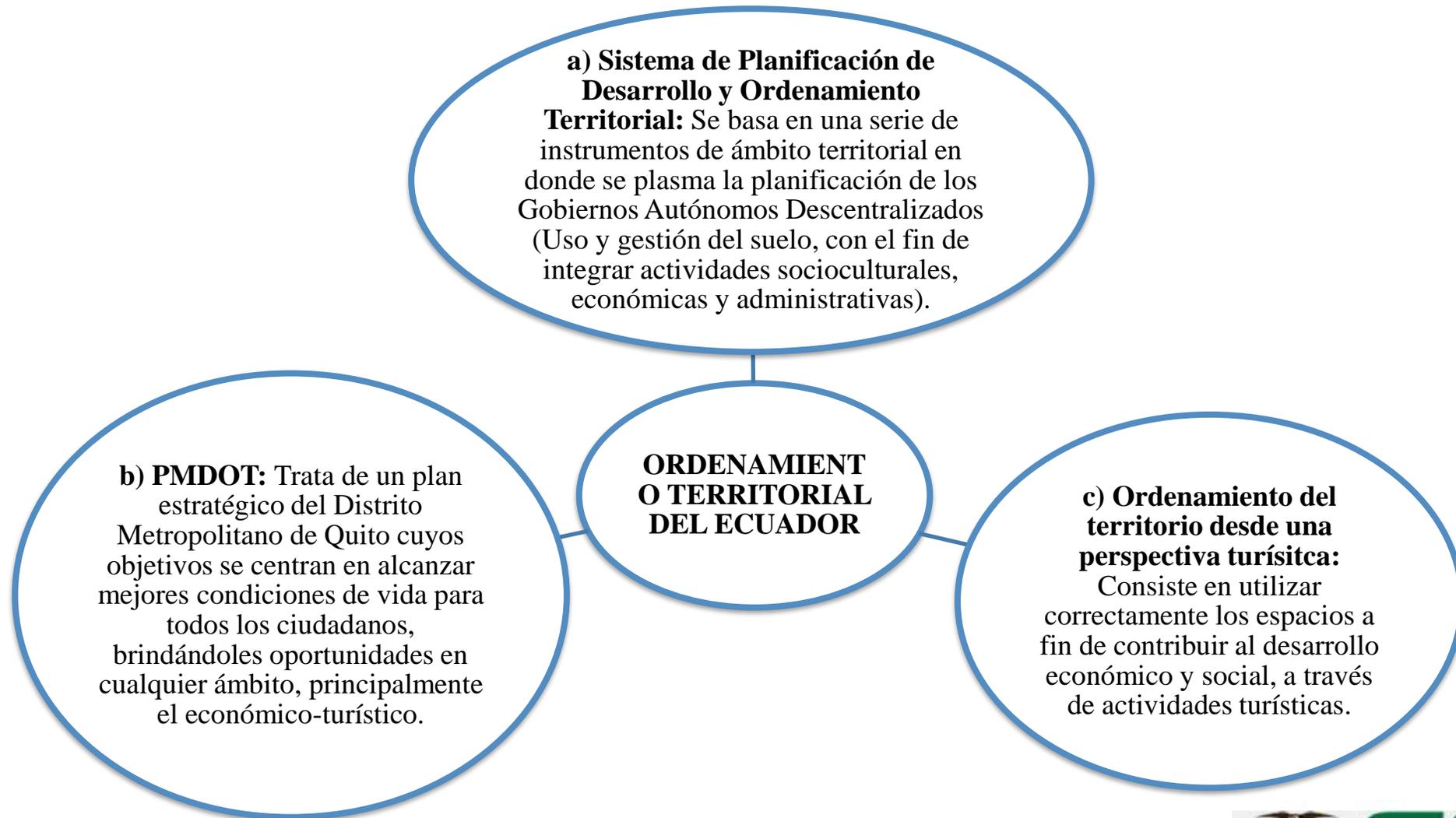
## Elementos del espacio turístico



## Planificación del territorio



## Ordenamiento territorial del Ecuador



## Emprendimiento de restauración



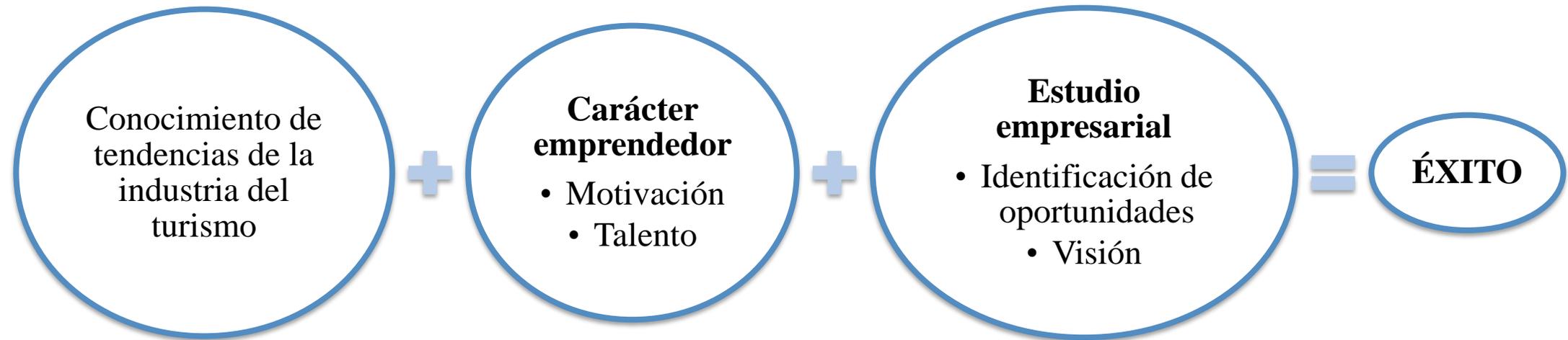
### Llegada de extranjeros en el año 2018

- Estadounidenses: 351.709
- Españoles: 103.008
- Alemanes: 35.513
- Canadienses: 34.335
- Mexicanos: 30.425
- Franceses: 25.394
- Italianos: 19.944

### Actividades económicas en el DMQ

- Alimentos y bebidas: 64% (2.786 establecimientos registrados en el catastro turístico)
- Alojamiento: 16% (684 establecimientos)
- Agencias de Viajes: 15% (644)
- Recreación, diversión y esparcimiento: 4% (174)
- Transporte turístico: 2% (93)

## Características y requisitos del emprendedor turístico



# Modelo de emprendimiento

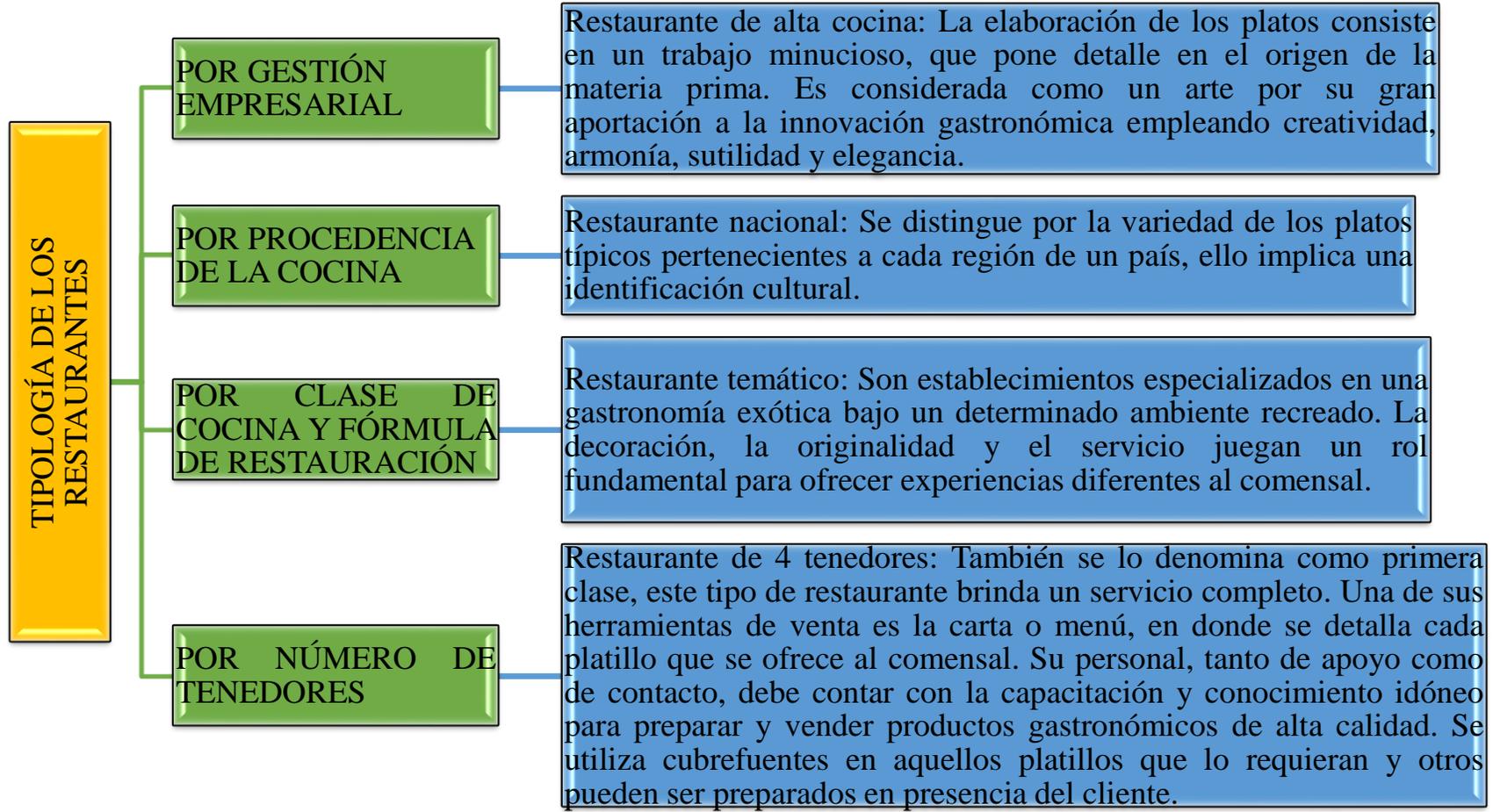
## Modelo de CANVAS

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
<b>Alianzas estratégicas con empresas de la zona</b>	Actividades experienciales	Restaurante temático de primera categoría que recree los ambientes de tres regiones del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía, en distintos niveles o pisos.	Asistencia personalizada, e-mail, fidelización con promociones	Consumidor global que desee degustar de la gastronomía ecuatoriana en un ambiente único, turistas extranjeros y nacionales, empresarios.
	Recursos clave		Canales	
	Talento humano, recursos financieros y físicos		Página web oficial, redes sociales, a través del equipo de ventas	
<b>Estructura de costos</b>	Costos fijos: instalaciones, equipos. Costos variables: personal, marketing y mantenimiento	Fuentes de ingreso	La venta de platos típicos, dulces tradicionales y más, de las 3 regiones antes mencionadas.	

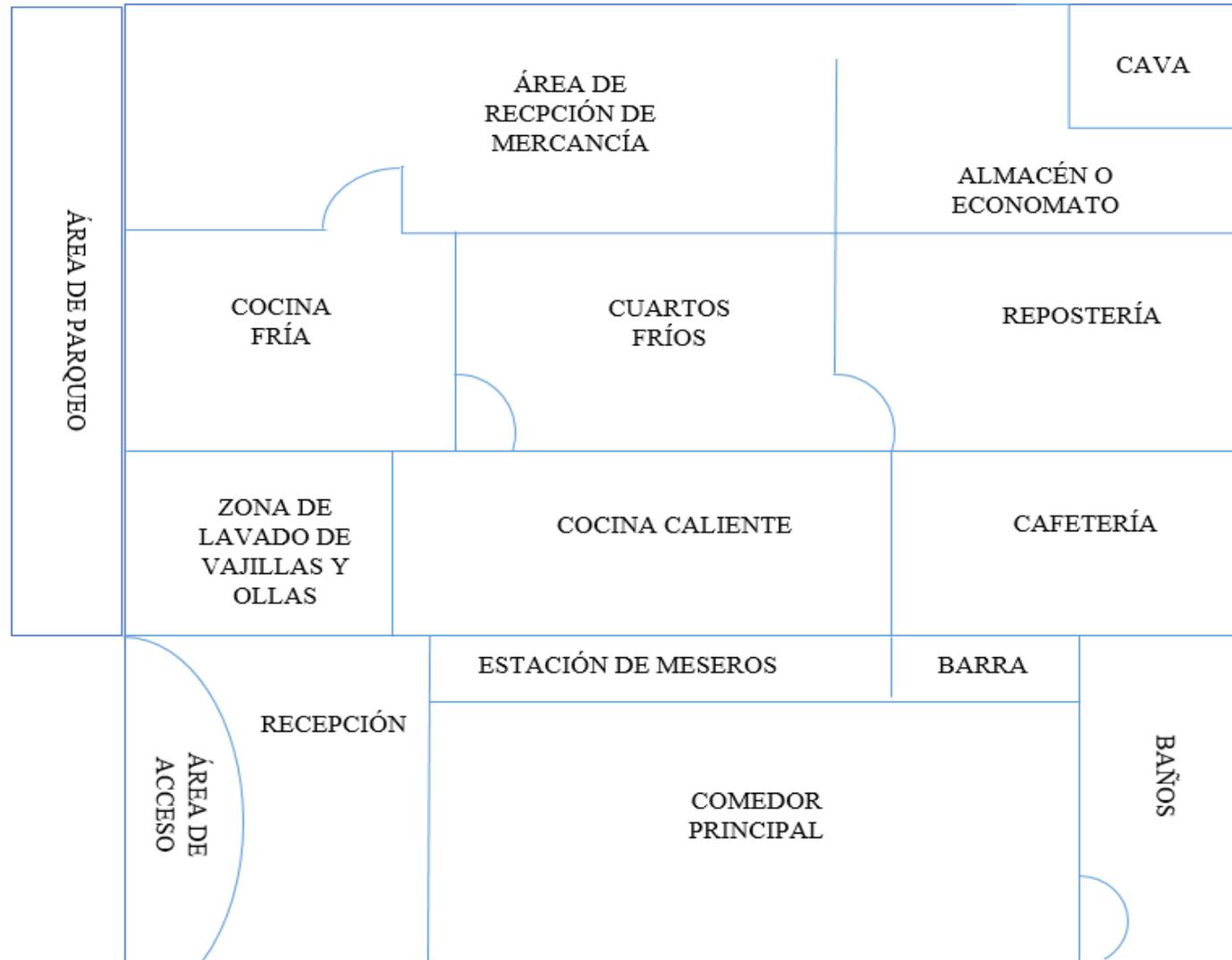
# *Diseño de un emprendimiento de restauración*

Restauración gastronómica como parte de la hostelería

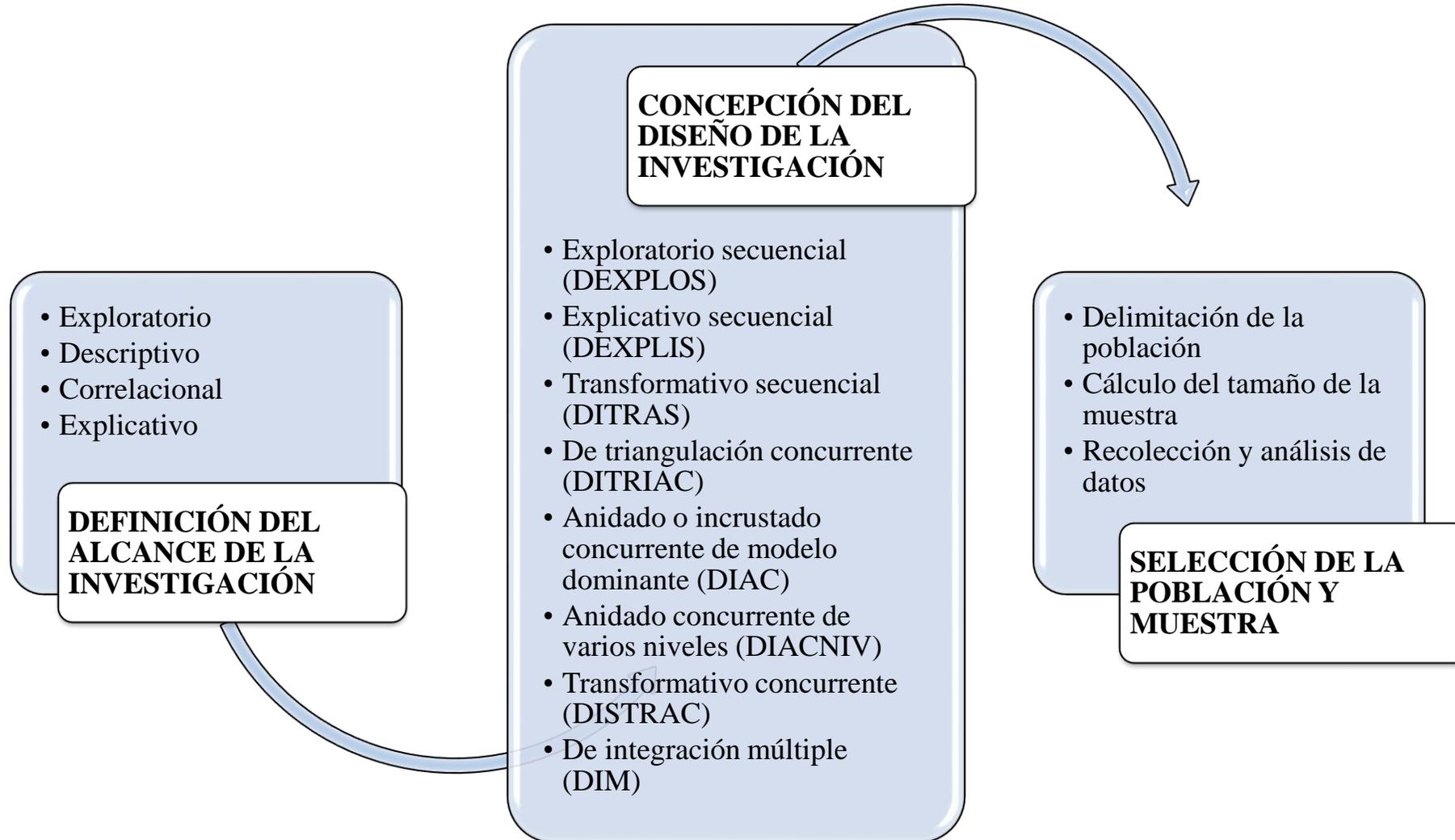
Tipología de los establecimientos de restauración



# Áreas y distribución de un restaurante



# METODOLOGÍA



# *Población y cálculo del tamaño de la muestra*

La población del objeto de estudio es de 400.000 personas concerniente a la parroquia Iñaquito, se precisó esta cifra tomando como referencia el principal y más concurrido atractivo turístico que es el parque La Carolina.

## **Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(E)^2 * (N - 1) + P * Q * Z^2}$$

## **Dónde:**

**N:** 13.333 personas

**Z:** Nivel de confianza 95%

**E:** Error máximo aceptable (0,05)

**P:** Probabilidad de éxito.

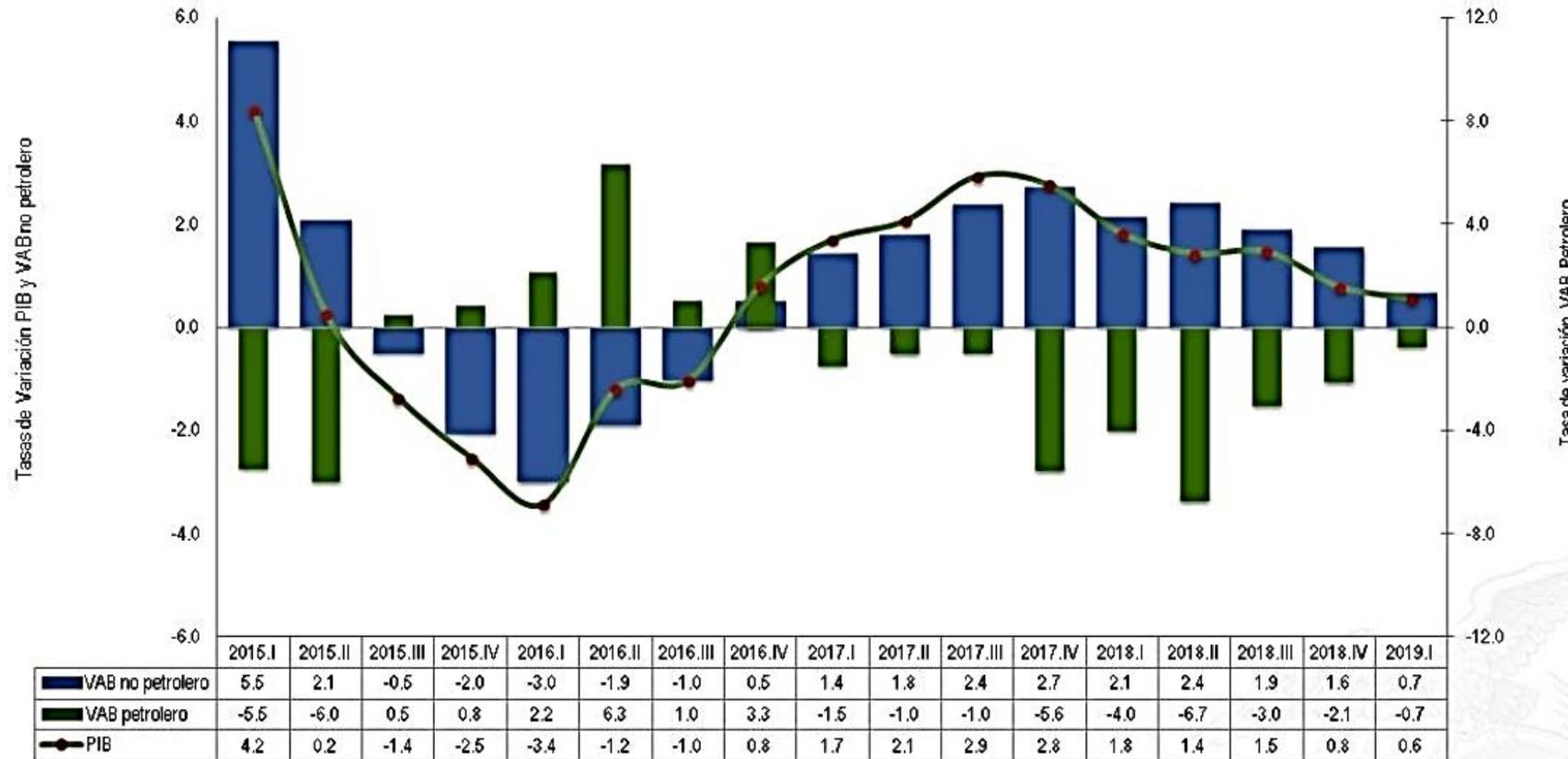
**Q:** Probabilidad de Fracaso

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 13333}{(0.05)^2 * (13333 - 1) + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = 373,5$$

**n= 374 encuestas**

## El PIB del Ecuador



El VAB petrolero y no petrolero

Fuente: (BCE, 2019)

# *Inflación de los productos del sector de restauración*

Mensual: 0,77%		Anual: 0,42%
Producto	Porcentaje de aporte	Inflación
Almuerzo ejecutivo	22,48%	3,15%
Almuerzo popular	10,75%	0,42%
Comida tradicional preparada	0,15%	0,05%
Hamburguesas y sánduches	0,03%	0,02%
Postres preparados	0,02%	0,14%

# Tasas de interés activa y pasiva

## TASAS DE INTERÉS

Octubre – 2019

### 1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO

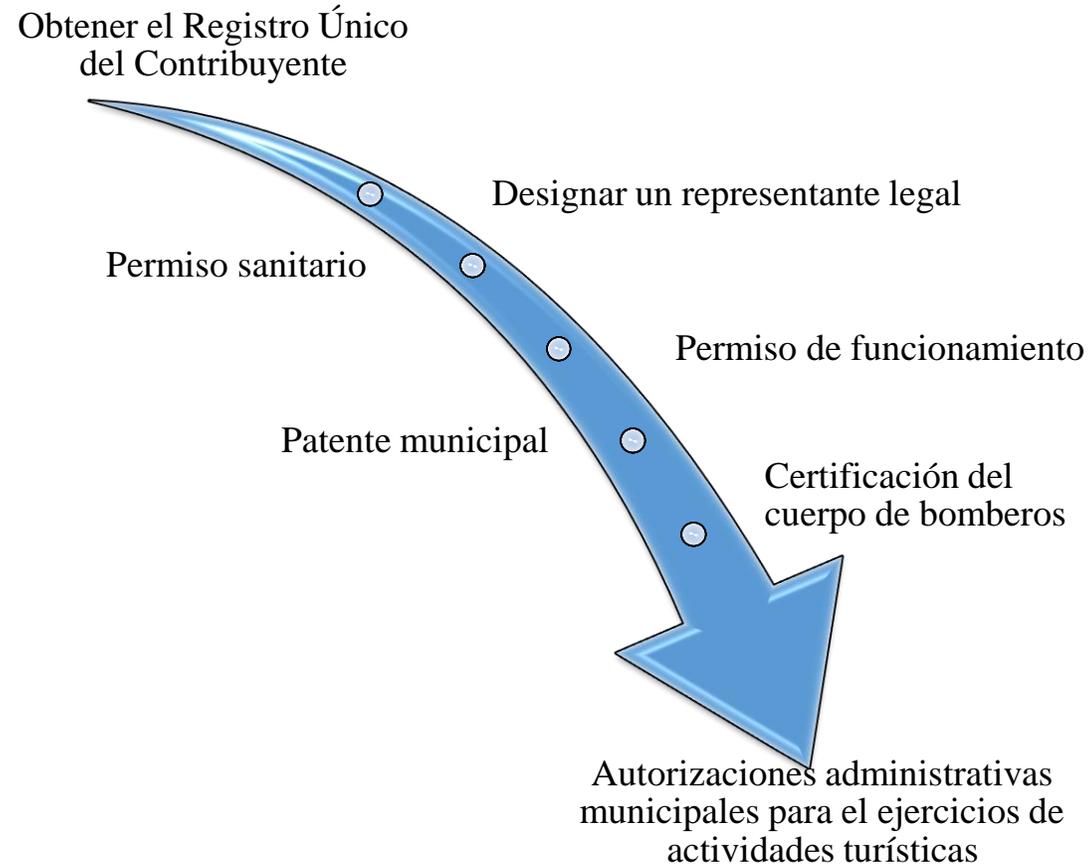
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.97	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.99	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.36	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero	8.50	Productivo Agrícola y Ganadero	8.53
Comercial Ordinario	8.98	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.79	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.89	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.10	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.26	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.77	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.42	Educativo	9.50
Educativo Social	6.58	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.78	Vivienda de Interés Público	4.99
Inmobiliario	10.21	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero	19.47	Microcrédito Agrícola y Ganadero	20.97
Microcrédito Minorista	24.65	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	23.30	Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	19.97	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Microcrédito Minorista	24.20	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	22.85	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.70	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.05	Inversión Pública	9.33

### 2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO

Tasas Referenciales		Tasas Referenciales	
	% anual		% anual
Depósitos a plazo	6.03	Depósitos de Ahorro	1.08
Depósitos monetarios	0.75	Depósitos de Tarjetahabientes	1.20
Operaciones de Reporto	1.00		

# Constitución y registro de la empresa

## Requisitos para la obtención de documentos de constitución



# Asociación familiar-requisitos

## REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA MICRO Y MEDIANA EMPRESA ASOCIATIVA

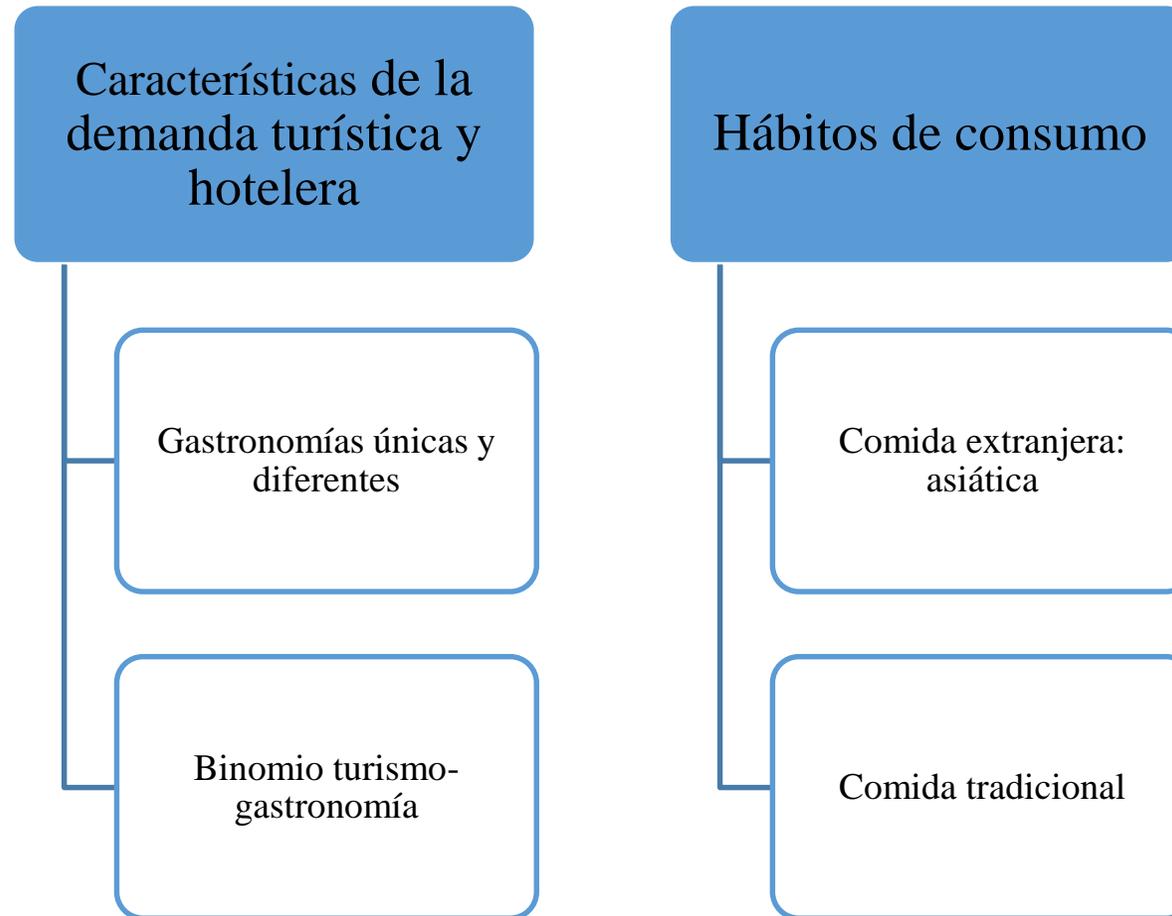
a) Solicitud de aprobación dirigida al señor Relaciones Laborales

b) Acta constitutiva de la entidad, en original y una copia, certificadas por el Secretario, la misma que contendrá los nombres y apellidos completos de los fundadores, el nombramiento del Directorio provisional, y las firmas autógrafas de los concurrentes y número de cédula de identidad.

c) Dos ejemplares del estatuto debidamente certificados por el Secretario, conteniendo: 1) Denominación y domicilio, 2) Fines, 3) Derechos y obligaciones de los socios, 4) Estructura y organización interna, 5) Patrimonio económico, 6) Causas de disolución y liquidación, 7) Las demás disposiciones que los socios consideren necesarias, siempre que no se opongan al orden público, las leyes y a las buenas costumbres.

d) Dos ejemplares de la lista de socios fundadores, en la que conste: Si son personas naturales, los nombres y apellidos, el domicilio, cédula de identificación,, el valor del aporte económico y la firma. Si son personas jurídicas, la razón social, el registro único de contribuyentes, nombramiento del representante legal y copias de los documentos de identificación.

e) Certificado de apertura de la cuenta de integración del aporte a los socios, en una cooperativa o banco y/o la declaración de los bienes debidamente valorados, que los socios aportan.

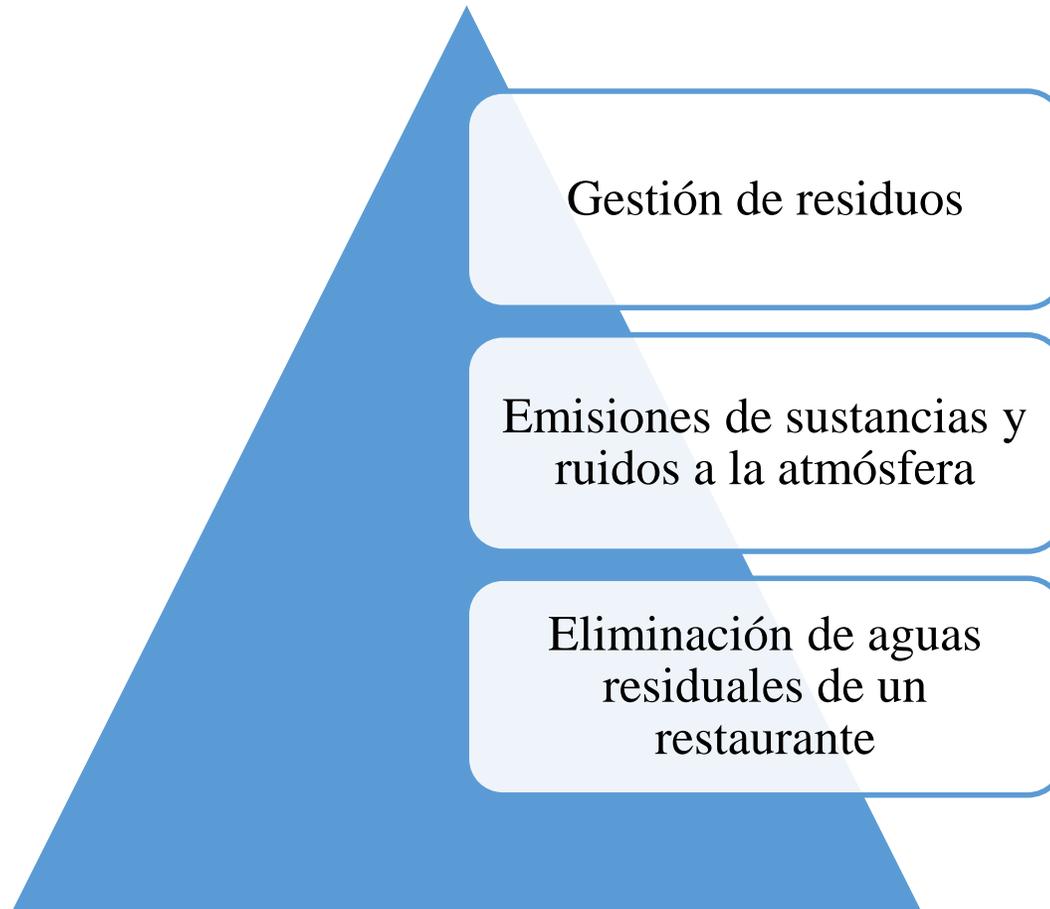


## TIC's aplicadas a la hostelería

- RunFood Comandas
- Redes sociales
- Página web

## Domótica

- Sistema de seguridad
- Sistema contraincendios
- Automatización en general



# Entorno Competitivo

**Competencia directa:** restaurantes “5 tenedores”, con distintivo Q que ofrezcan comida típica ecuatoriana, cercanos a la zona de estudio

**Competencia indirecta:** restaurantes “5 tenedores”

**Productos sustitutos:** restaurantes “4 y 3 tenedores” que ofrezcan comida típica ecuatoriana.

<u>Nombre del restaurante</u>	<u>Rango de precios</u>		<u>Promedios</u>
<u>La Terraza Gourmet</u>	<u>10</u>	<u>30</u>	<u>20</u>
<u>Barlovento</u>	<u>18</u>	<u>40</u>	<u>29</u>
<u>Urko cocina local</u>	<u>40</u>	<u>100</u>	<u>70</u>
<u>Ethnic Coffee</u>	<u>5</u>	<u>18</u>	<u>11,5</u>
<u>Achiote Ecuador Cuisine</u>	<u>13</u>	<u>40</u>	<u>26,5</u>
-	-	<u>Promedio total</u>	<u>31,4</u>

# Barreras de entrada

## Economías de Escala

- En función del sector se podría considerar como una barrera, debido a que existen varios restaurantes en esa zona ofertando productos en precios muy parecidos, lo cual la empresa a desarrollar se vería limitada en ese aspecto; para convertir esta barrera en una ventaja dependería de su aceptación en el mercado lo cual llevaría tiempo.

## Diferenciación del Producto

- Para el proyecto, ésta podría ser una de las barreras porque sí existen restaurantes de comida tradicional en el sector, sin embargo, es también un punto a favor, pues el restaurante que se va a generar, no solamente ofrecerá comida ecuatoriana en presentación gourmet y shows en vivo, sino que poseerá un sistema de automatización del edificio, el cual, a más de ahorrar recursos, brindará una experiencia única al comensal.

## Requisitos de Capital

- Se podría considerar una barrera por toda la inversión que representa la generación de un restaurante automatizado en tres niveles representando la Costa, Sierra y Amazonía del Ecuador, no obstante, dentro del desarrollo de este proyecto se realizará un estudio financiero exhaustivo como parte del plan de negocio que se ha estipulado.

## Costos Cambiantes

- Ante la actual situación económica que atraviesa el país, este factor también podría ser una barrera en caso de una subida de precios con los proveedores.

## Acceso a los canales de distribución

- La parroquia Ñaquito es un lugar bastante concurrido, debido a que es un sector empresarial y por ende comercial, lo cual beneficia al emprendimiento a realizarse, ya que cuenta con el acceso a varios canales de distribución, pero lo primordial para este caso, es el canal directo que le permitirá a la empresa el contacto inmediato con el comensal, es decir que no se requiere de un intermediario.

## Política de Gobierno

- El establecimiento busca satisfacer una necesidad en el mercado por lo que se apoya en el actual gobierno basado en el Plan Nacional de Desarrollo “Toda una vida”, el cual incentiva a mejorar la matriz productiva y apoya al emprendimiento.

# Proveedores

<b>Empresa</b>	<b>Productos</b>	<b>Dirección</b>
<b>Mega Santa María</b>	<b>Carnes Lácteos Legumbres Vinos Tubérculos Utensilios de cocina Materiales de limpieza</b>	<b>Av. Iñaquito N° 38</b>
<b>Mercado Iñaquito</b>	<b>Frutas Legumbres Cereales</b>	<b>Av. Iñaquito 170135</b>
<b>Supermaxi</b>	<b>Carnes Pescado Vinos Legumbres Frutas Utensilios de cocina Materiales de limpieza Utensilios para el restaurante (salón) Elementos de decoración para el restaurante. Chocolate fino de aroma</b>	<b>Centro comercial Iñaquito</b>

# Parroquia Iñaquito

## Zonificación Sistema Vial Potencialidad del espacio urbano

Vías longitudinales	Vías transversales
✓ Av. 10 de Agosto	✓ Av. Naciones Unidas
✓ Av. 6 de Diciembre	✓ Av. Portugal
✓ Av. Amazonas	
✓ Av. República del Salvador	
✓ Av. Los Shyris	

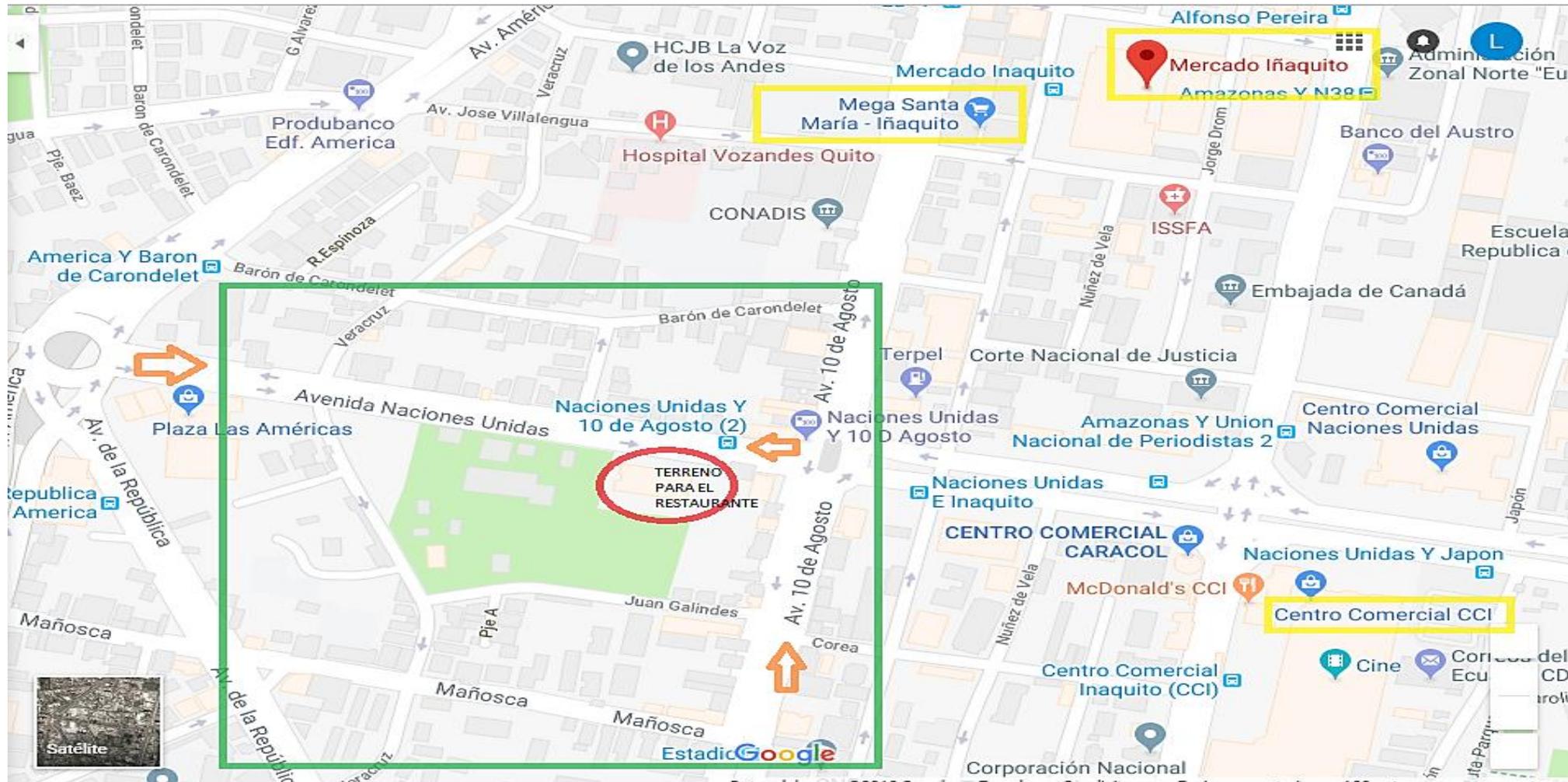
La principal característica de Iñaquito, es su dinamismo, es de uso residencial, comercial y de servicios. Es una zona que cuenta con vías de acceso, redes públicas de servicios e infraestructura necesaria para el desarrollo de un proyecto de emprendimiento en el ámbito gastronómico. En función de ello, se muestra a continuación un croquis a fin de indicar los aspectos antes mencionados.



# Precios de terreno en Iñaquito

TERRENOS DE VENTA				
ÍTEM	ÁREA (m <sup>2</sup> )	PRECIO (USD)	PRECIO/ m <sup>2</sup>	UBICACIÓN
1	362	530.000	1.464	Condamine
2	9250	11'100.000	1.200	Av. Amazonas (Plataforma)
3	13600	16'320.000	1.200	Av. Amazonas y Naciones Unidas
4	467	550.000	1.178	Naciones Unidas y 10 de Agosto
5	3050	3'660.000	1.200	Naciones Unidas y 10 de Agosto
<b>PROMEDIO</b>			1.248 USD/ m <sup>2</sup>	

# *Croquis de localización donde se generará el emprendimiento de restauración*



Observación  
directa

- Ficha de observación directa

Encuesta

- Cuestionario

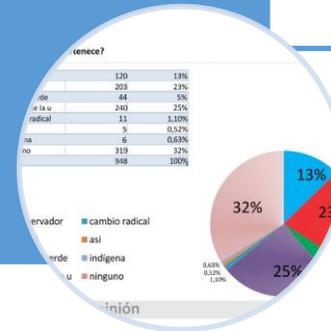
## Ficha de observación directa

- Se observaron 11 restaurantes que cubrían con las características del Distintivo Q, es decir, que corresponden a la categoría de 5 tenedores, de las cuales solamente 5 se consideran como competencia directa por ser aquellos que ofrecen comida típica ecuatoriana y se encuentran en la zona de estudio o en sus alrededores.
- También se identificaron los productos sustitutos, se observó restaurantes de 3 y 4 tenedores que se encuentran en la zona y que ofrecen comida típica, al igual que puestos de comida en el mercado Iñaquito, los cuales son altamente concurridos por los trabajadores y oficinistas del sector.
- Se visualizó una amplia afluencia de turistas extranjeros, este dato se puede corroborar con la encuesta que se aplicó, los cuales en su mayoría son de Canadá y Estados Unidos, algunos de ellos viven en esa zona por hacer negocios y ocio.
- Los proveedores que se pudieron identificar son 3 inicialmente, estos son: el mercado Iñaquito, Supermercado Santa María y el Supermaxi que se encuentra en el CCI.
- Se ubicó los terrenos que se habían encontrado en la web, se llamó por teléfono a los números que se encontraban en los distintos letreros, confirmando así el precio y la disponibilidad. La mayoría de terrenos disponibles se encuentran en la Av. 10 de Agosto y Naciones Unidas. Existe uno en particular que llama la atención por su cercanía a los posibles proveedores.

# Interpretación general de la encuesta

- Las encuestas arrojaron la información necesaria para conocer el perfil de la demanda y plantear estrategias en torno a la creación del restaurante. Éstas indican que la mayoría de personas que acuden a restaurantes en la parroquia Iñaquito se encuentran en un rango de edad de 26 a 35 años, la mayoría son de nacionalidad ecuatoriana, sin embargo, existe una alta presencia de extranjeros principalmente de Canadá y Estados Unidos, que se encuentran en esa zona por negocios o porque son jubilados, de los cuales la mayoría acude diariamente a un restaurante y tiene preferencia por los restaurantes temáticos, gastan en un restaurante de 5 a 7 dólares, pero sí están dispuestos a pagar más, además manifiestan que prefieren que el restaurante se encuentre afuera de un centro comercial, y que tanto el precio como el buen servicio, la calidad de la comida y el ambiente agradable son factores importantes que influyen en la decisión de acudir a un restaurante. Por otra parte, asisten principalmente en la hora de almuerzo a los restaurantes y se interesan por la modernidad y elementos visualmente atractivos, indican la mayoría también, que sí les atrae un ambiente que recree tres regiones del Ecuador; costa, sierra y Amazonía.

## Encuesta



# DISEÑO DEL EMPRENDIMIENTO

## Asociaciones clave

ENTIDADES PÚBLICAS		ENTIDADES PRIVADAS	
<b>MINTUR</b>	Dentro del marco de la Constitución de la República, para ser más preciso, en el artículo 39, se identifican objetivos para fomentar la incorporación de los jóvenes al ámbito laboral, en condiciones dignas y justas, sobre todo se enfatiza el apoyo a emprendimientos turísticos que demuestren originalidad, innovación y la generación de valor agregado. Esto se refleja en algunos programas como EMPRENDE TURISMO 2019, el cual se presenta en varias categorías (Ver figura 48).	<b>SOCIOS INVERSORES</b>	Para el presente proyecto, los socios inversionistas son varios miembros de la familia Maldonado Quevedo.
		<b>DILIHOGAR</b>	Gustavo Maldonado y Fabián Maldonado. Dos empresarios quiteños, dueños de DiliHogar, una empresa con más de 20 años de experiencia que ofrece menaje hotelero. Aportación: 500.000 USD
		<b>ECOKAKAO</b>	José Quevedo, ingeniero agrónomo, accionista en Ekokakao S.A., empresa exportadora de cacao fino de aroma. Aportación: 400.000 USD
<b>CONQUITO</b>	La Agencia de Promoción Económica ConQuito fomenta el desarrollo productivo y socioeconómico del Distrito Metropolitano de Quito y su área de influencia, así como el apoyo de las políticas nacionales de equidad territorial mediante la concertación de actores públicos y privados, para incentivar la producción local, distrital y nacional, la productividad, la competitividad sistémica y la aplicación del conocimiento científico y tecnológico. Sus programas, proyectos y servicios abarcan la generación de emprendimientos, el desarrollo empresarial y vinculación a negocios inclusivos y cadenas productivas.	<b>GALA &amp; ETIQUETA</b>	Rosa Quevedo, contadora y comerciante, dueña de Gala & Etiqueta, tienda de alta costura. Aportación: 300.000 USD
		<b>COLINEAL CORPORATION CIA. LTDA.</b>	Roberto Maldonado, empresario, fundador de Colineal, empresa dedicada a la creación de muebles y decoración, con 42 años de trayectoria. Aportación: 1'500.000 USD
		<b>SBS CONSULTING</b>	Diego Maldonado, ingeniero comercial, socio consultor y asesor de SBS Consulting, empresa de con alcance global especializada en consultoría y capacitación para empresas y líderes corporativos. Aportación: 471.076,10 USD



# Programa Emprende Turismo



**CONSOLIDACIÓN:** Negocios turísticos de 18 meses en adelante.



**PUESTA EN MARCHA:** Negocios turísticos de 6 a 18 meses en el mercado.



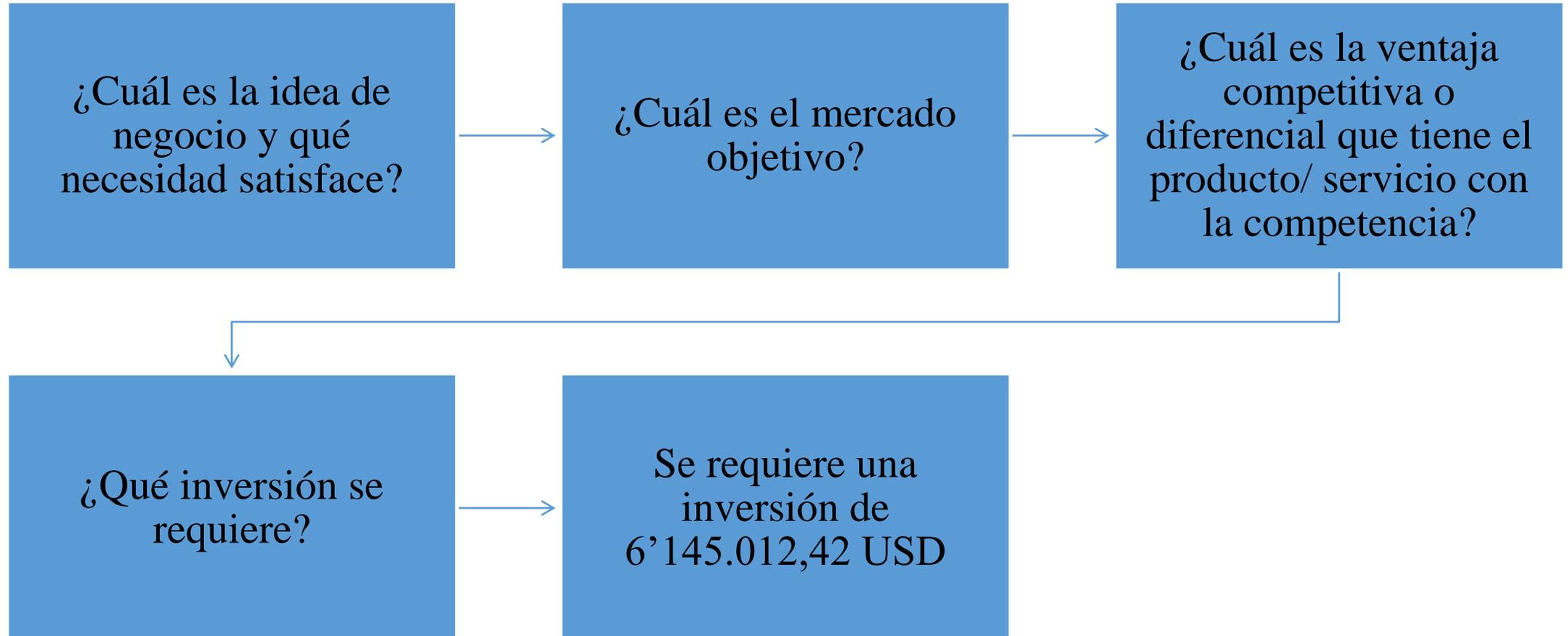
**IDEA/PROYECTO DE NEGOCIO TURÍSTICO:** Apoyo al desarrollo de emprendimientos turísticos en la etapa de iniciación, idea de negocio.



# Presentación

<b>Nombre de la Empresa:</b>	<b>Restaurante Tres Mundos “Delicias gastronómicas del Ecuador”</b>
<b>Gerente propietario:</b>	Lizeth Tamar Maldonado Quevedo
<b>C.C.:</b>	1725400665
<b>Dirección:</b>	Av. Naciones Unidas y 10 de Agosto (esquina)
<b>Teléfono:</b>	0979021114
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:tresmundosdeliciasecuador@hotmail.com">tresmundosdeliciasecuador@hotmail.com</a>
<b>Página web:</b>	<a href="https://restaurante-tres-mundos-delicias-gastronomicas-del-ecuador.webnode.ec/">https://restaurante-tres-mundos-delicias-gastronomicas-del-ecuador.webnode.ec/</a>
<b>Fecha de elaboración del proyecto:</b>	Febrero 2019

# Resumen ejecutivo



# Inversión

<b>R U B R O S</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>INVERSIÓN</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	
<b>Local</b>	5.905.040,00
<b>Mobiliario y equipo de operación</b>	9.188,40
<b>Sistema domótico</b>	17.568,00
<b>Cristalería, loza, cubiertos y artículos de cocina</b>	3.936,40
<b>Muebles y Enseres</b>	2.310,00
<b>Equipos de Oficina</b>	1.580,00
<b>Equipo tecnológico</b>	8.249,85
<b>Subtotal</b>	5.947.872,65
<b>ACTIVOS NOMINALES</b>	
<b>Gastos de Constitución</b>	1.877,92
<b>Gastos preoperatorios</b>	1.800,00
<b>Subtotal</b>	3.677,92
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>Efectivo</b>	193.461,85
<b>Subtotal</b>	193.461,85
<b>T O T A L</b>	6.145.012,42

# Rentabilidad proyectada del negocio

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Inversión</b>	6.145.012,42					
<b>Utilidad</b>		702.185,37	1.106.206,14	1.405.666,62	1.693.578,17	1.952.813,72
<b>Depreciación</b>		302.757,61	302.757,61	302.757,61	300.007,66	300.007,66
<b>Amortización gastos</b>		735,58	735,58	735,58	735,58	735,58
<b>Valor de Desecho</b>						4.439.584,50
<b>Capital de trabajo</b>						193.461,85
<b>Total</b>	- 6.145.012,42	1.005.678,56	1.409.699,34	1.709.159,81	1.994.321,42	7.451.138,35
<b>Flujo de Efec.Descontado</b>		912.180,10	1.159.763,13	1.275.401,36	1.349.835,24	4.574.352,58
<b>Tasa de Descuento</b>	10,25%					
<b>VAN PROYECTO</b>	2.561.984,97					
<b><u>TIR</u></b>	23,23%					



Marca  
Slogan  
Logotipo

*“Un mundo en cada plato, una experiencia  
única en cada bocado”*

# Precio y cálculo de ventas proyectadas

Menú	Precio unitario
Entrada	3,50
Plato fuerte	7,50
Bebida	2,50
Postre	3,25
Sub total	16,75
IVA 12%	2,01
Servicio 10%	1,675
<b>Total</b>	<b>20,44</b>

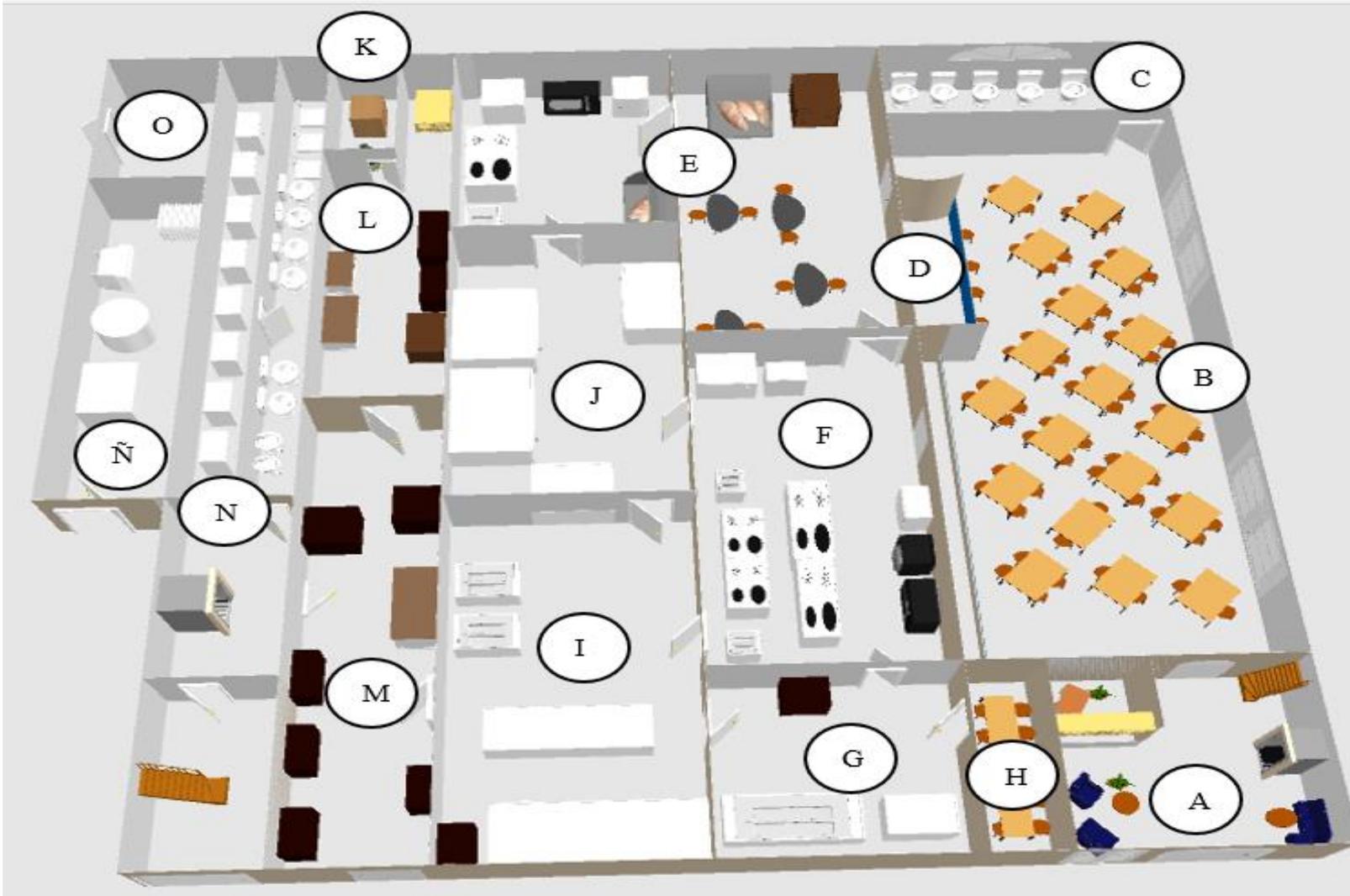
CÁLCULOS	DETALLE
<b>Cálculo del número de ventas diarias</b>	Para realizar este cálculo se toma el 75% de la ocupación máxima del restaurante. El aforo de cada piso en el restaurante es de 88 pax, lo que significa que el 75% es de 66 pax, esta cantidad se multiplica por 3, ya que son 3 niveles en el restaurante, lo que arroja una cantidad de 198 comensales en total, y esto se traduce a 198 ventas al día.
<b>Cálculo del número de ventas al mes</b>	$198 \times 30 = 5.940$
<b>Cálculo del número de ventas al año</b>	$5.940 \times 12 = 71.280$

# Distribución y dimensiones óptimas

ÁREA O ZONA	MOBILIARIO	# USUARIOS	ÁREA m <sup>2</sup>	CIRCULACIÓN	ÁREA TOTAL
Parqueadero (subterráneo)	Cerramiento	53 vehículos	699,04	684,48	1383,52
Recepción	Counter	4 – 6 personas	10	0,8	10,8
Sala de espera	Muebles	8 – 10 personas	50	7,5	57,5
Baños	Lavamanos, inodoros, urinarios.	5 – 7 personas	40	4	44
Área principal (salón)	Mesas, sillas, estaciones de servicio.	64 personas	102	49,7	151,7
Bar	Barra, taburetes, muebles de apoyo.	12 personas	20	2,4	22,4
Cafetería	Muebles especiales, sillas y mesas, hornos	12 personas	40	6	46
Cocina fría	Mesones, anaqueles	2 – 4 personas	22,5	2,25	24,75
Cocina caliente	Mesones, freidoras, cocinas industriales, microondas, hornos, parrillas	4 – 6 personas	22,5	2,25	24,75
Área de recepción de alimentos	Anaqueles	2 – 3 personas	10	0,7	10,7
Almacén o Economato	Anaqueles	2 – 3 personas	10	0,7	10,7
Cuarto frío	Refrigeradoras, congeladoras	1 – 2 personas	10	1,7	11,7
Área de lavado	Lavabos industriales, anaqueles.	1 – 2 personas	6	0,6	6,6
Sala de descanso (Comedor para el personal de servicio)	Mesas, sillas.	6 – 8 personas	20	2,4	22,4
Lockers del servicio	Lockers	2 – 4 bloques	6	0,48	6,48
Baños del servicio	Lavabos, inodoros, duchas.	8 – 10 personas	35	3,5	38,5
Cuarto de máquinas	Generadores, tanques de gas, compactadores de basura.	1 – 2 personas	9	0,9	9,9
Bodega	Anaqueles	1 – 2 personas	15	1,2	16,2
Oficinas	Escritorios, sillas, archivadores.	2 – 4 personas	18	1,44	19,44



# Plano del primer piso



A	Recepción y sala de espera
B	Área principal o salón
C	Baños de los clientes
D	Bar
E	Cafetería
F	Cocina caliente
G	Área de lavado
H	Comedor del personal
I	Cocina fría
J	Cuartos fríos
K	Cava
L	Economato
M	Área de recepción de mercancía
N	Baños del servicio y lockers
Ñ	Cuarto de máquinas
O	Bodega

# Carta menú del restaurante

*Carta*  *menú*

---

## Entradas frías

**Ceviche de pescado**  
Deliciosa receta de nuestro chef, preparado con pescado blanco y sus guarniciones al estilo costeño, acompañado de chifles, tostado y canguil.  
**4,5 USD**

**Ensalada "Tres mundos"**  
Garabato yuyo, verduras frescas, queso gruyere, tocino, cebollas caramelizadas, champiñones y camarones salteados, acompañado de nuestros aderezos a las finas hierbas.  
**5 USD**

**Ceviche de Camarón "Tres mundos"**  
Nuestra exquisita receta. Camarones frescos al estilo costeño, con sus tradicionales guarniciones: chifles, tostado y canguil.  
**4,75 USD**

---

## Platos fuertes

**Maito de Tilapia en Bambú**  
Fileta de tilapia, envuelto y cocinado al vapor, en hojas frescas de la Amazonía, ricamente gratinado a nuestro estilo, servido con yuca salteada y ensalada fresca.  
**5,25 USD**

**Rugido Volcánico**  
Sobre una piedra volcánica incandescente, combinación de lomo fino de cerdo y res, charicillo, suprema de pollo, camarón y piña caramelizada, con sus guarniciones de papa chaucha ensalada fresca, aji de piedra y chimichurri.  
**10 USD**

**Fritada "Tres mundos"**  
Tradicional plato del Ecuador, carne de cerdo, mote, papa, plátano maduro, aji de piedra, curtido de cebolla y lechuga.  
**7,50 USD**

---

## Entradas calientes y sopas

**Locro de los Andes**  
Tradicional sopa de papa de los Andes, servida con queso fresco y aguacate de nuestros huertos.  
**4,25 USD**

**Sopa Ágape del Jesuita**  
Sopa ecuatoriana, con un toque costeño, camarón, pescado, yuca y plátano verde, aromatizadas al coco.  
**5,25 USD**

**Sopa de Quinua**  
El cereal más completo, la quinua, sazonada con carne de cerdo y papas.  
**4,75 USD**

---

## Postres

**Torta de chocolate**  
Con cacao fino de aroma 100% ecuatoriano, rellena de manjar de leche.  
**3,75 USD**

**Cheesecake clásico al estilo "Tres mundos"**  
Torta de queso acompañado de sirope de mora de la región.  
**3,75 USD**

**Dulce de higos**  
Cocinado en miel de caña, servido con queso tierno.  
**2,35 USD**

---

## Bebidas

**Rosero quiteño**  
Bebida tradicional de Quito a base de morcho, piña, tabaco y frutillas.  
**3,75 USD**

**Chicha de yuca y chonta**  
Bebida ancestral de la Amazonia compuesto por yuca previamente envuelta en hojas de bijao por dos días, con base fermentada de chontaduro.  
**3,75 USD**

Made with Poster My Wall.com

# CONCLUSIONES

- 1) Se planteó el problema de investigación con el fin de identificar las causas del por qué la mayoría de emprendimientos tienen un corto tiempo de vida, esto es debido principalmente a un inadecuado estudio de factibilidad.
- 2) Se definió el marco teórico en torno a la teoría del espacio turístico y el proceso para desarrollar un emprendimiento de restauración.
- 3) Se estableció la metodología idónea para ejecutar el trabajo de investigación, tomando en consideración la propuesta de emprendimiento, a partir del análisis del espacio turístico de la parroquia Iñaquito, la cual pretende innovar el concepto de establecimiento de restauración, asimismo, tomando en cuenta el modelo de CANVAS y los parámetros de la CFN para elaborar un plan de negocios.

# CONCLUSIONES

- 4) Se llevó a cabo el diagnóstico de la parroquia Iñaquito mediante el análisis del entorno general, de las competencias y del espacio turístico de esa zona, con el propósito de implementar un restaurante temático “5 tenedores”, que ofrezca comida típica ecuatoriana en presentación gourmet.
  
- 5) Por último, se efectuó el diseño de un modelo de emprendimiento de restauración basándose en la metodología propuesta para el trabajo, la misma que conjuga el modelo de CANVAS y los lineamientos de la CFN para presentar planes de negocio, todo ello con el propósito de ser un referente de gestión en restaurantes.

# *RECOMENDACIONES*

- 1) Se precisa profundizar la temática de espacio turístico para poder aprovechar al máximo la potencialidad turística de los diferentes sitios que se identifiquen posterior a la realización de esta investigación.
- 2) Se recomienda, aprovechar las políticas públicas actuales en relación a emprendimientos turísticos, ya que estas políticas apoyan todo lo referente al desarrollo del turismo y más aún a emprendimientos que contengan un factor innovador.
- 3) Es importante realizar un estudio financiero exhaustivo, el cual revele la factibilidad y rentabilidad real de los proyectos de negocio.