



# GASTRONOMÍA

Tesis previa a la obtención del título de  
Licenciado en Gastronomía.

**AUTOR:** Diego Sebastián Cárdenas Vinueza

**TUTOR:** Edwin Guillermo Antamba Anrango

Plan de Negocios para la Creación de una Picantería con Temática Tradicional

Ecuatoriana Ubicada en el Barrio Norte del Cantón Salcedo

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL  
TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Diego Sebastián Cárdenas Vinueza, declaro ser autor del Trabajo de Investigación con el nombre “Plan de negocios para la creación de una picantería con temática tradicional ecuatoriana ubicada en el barrio norte del cantón Salcedo”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Gastronomía y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Internacional del Ecuador, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UIDE).

Los usuarios del RDI-UIDE podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Internacional del Ecuador no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Internacional del Ecuador, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 04 días del mes de enero de 2023, firmo conforme:

Autor: Diego Sebastián Cárdenas Vinueza  
Firma:



---

Número de Cédula: 0550065098  
Dirección: González Suarez y Vicente León, Salcedo - Cotopaxi  
Correo Electrónico: diegocard98@gmail.com

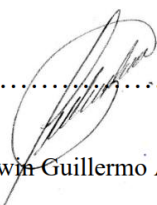
Teléfono: 0979046089

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PICANTERÍA CON TEMÁTICA TRADICIONAL ECUATORIANA UBICADA EN EL BARRIO NORTE DEL CANTÓN SALCEDO” presentado por Diego Sebastián Cárdenas Vinuesa, para optar por el Título de Licenciado en Gastronomía,  
CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 04 de enero del 2023



.....  
Edwin Guillermo Antamba Anrango

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Gastronomía, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 04 de diciembre de 2023



Diego Sebastián Cárdenas Vinueza

0550065098

## **APROBACIÓN TRIBUNAL**

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PICANTERÍA CON TEMÁTICA TRADICIONAL ECUATORIANA UBICADA EN EL BARRIO NORTE DEL CANTÓN SALCEDO, previo a la obtención del Título de Licenciado en Gastronomía, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 04 de enero de 2023

.....  
Nombres completos  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....  
Nombres completos  
VOCAL

.....  
Nombres completos  
VOCAL

**DEDICATORIA**

A mis padres que son una parte muy importante en mi vida y en mi desarrollo, los quiero mucho y siempre tienen algo por enseñarme y espero que

A mi novia Victoria Salguero, que siempre está en los momentos más importantes de mi vida y que ha sido quien me motiva a superarme.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mi familia que me impulsa a seguir adelante y las personas que creen en mí.

A los videojuegos que han sido mi modo de desestresarme.

A mi gatito Seki, que es mi fiel compañía.

A Andre Vargas, amigo de videojuegos y me ayudo en la parte del inglés.

## INDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL .....	v
INDICE DE CONTENIDOS .....	viii
INDICE DE TABLAS .....	x
INDICE DE FIGURAS.....	xii
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.....	xiv
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.....	xv
ABSTRACT.....	xv
CAPITULO 1.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES.....	2
PROPOSITO .....	3
JUSTIFICACION .....	4
OBJETIVOS.....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específicos. ....	4
MARCO TEORICO .....	5
HIPOTESIS.....	5
Impacto ambiental.....	6
CAPITULO 2.....	9
METODOLOGIA DE ESTUDIO.....	9
metodología mixta.....	9
Plan de negocios .....	9
Misión .....	9
Visión.....	10
Valores .....	10



Objetivos .....	10
Corto plazo .....	10
Mediano plazo .....	10
Largo plazo .....	11
FODA .....	11
ESTUDIO DEL MERCADO .....	12
Cantón Salcedo .....	12
Historia.....	12
Gastronomía ecuatoriana .....	13
Gastronomía de la ciudad de Salcedo.....	13
Helados de Salcedo .....	13
El Hornado .....	14
Togro .....	14
Pinol .....	14
Características del área de estudio .....	15
Ubicación Geográfica .....	15
Población.....	15
Tamaño de la muestra .....	16
Marketing mix .....	29
Producto.....	30
Precio .....	31
Promoción.....	31
Distribución.....	31
Creación de la marca.....	33
Logotipo .....	34
Inscripción de derechos de logo y marca.....	34
Costo de registro de marca y tiempo de protección .....	35
Menú.....	36
Rotulación .....	36
CAPITULO 3.....	38
Recetario .....	38
Hornado .....	38
Fritada y Chicharrón.....	39

Tripas de cerdo .....	40
Tortillas de papa.....	41
Aliño de hornado .....	41
Aliño Achiote + Sal .....	42
Demanda.....	43
Costos agua y luz.....	44
Gastos publicitarios.....	44
Depreciación de equipos.....	44
Compras .....	45
Sueldos de empleados .....	45
Costos de producción.....	46
Estado de resultados.....	47
Préstamo .....	48
Punto de equilibrio .....	50
.....	50
VAN y TIR.....	50
Conclusiones y recomendaciones.....	51
Conclusiones .....	51
Recomendaciones.....	52
Bibliografía.....	54
Anexos.....	56

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Impacto Ambiental Aire .....	6
<b>Tabla 2</b> Impacto Ambiental Recurso Agua.....	7
<b>Tabla 3</b> Impacto Ambiental Recurso Suelo .....	7
<b>Tabla 4</b> Sexo de Encuestados.....	17
<b>Tabla 5</b> Edad de Clientes .....	18
<b>Tabla 6</b> Frecuencia de Consumo de Hornado, Fritada.....	19

<b>Tabla 7</b> ¿Le gustaría que el restaurante tenga una decoración acorde a la comida que se sirve?.....	20
<b>Tabla 8</b> ¿Usted apreciaría que una picantería sirviera una variedad de bebidas tradicionales? Ejm: chicha de jora, chicha de arroz, avenas etc. ....	21
<b>Tabla 9</b> ¿Para usted es importante recibir una muestra del alimento que va a consumir (probana)? .....	22
<b>Tabla 10</b> ¿Para usted es importante visualizar el hornado, fritada antes de consumir?...	22
<b>Tabla 11</b> ¿Cree usted que es importante tener una variedad de pagos en un restaurante?. Ejm: Transferencia electrónica, pago con tarjeta, etc. ....	24
<b>Tabla 12</b> ¿Usted Consume más en un Restaurante Cuando tiene Descuentos o Promociones Especiales? .....	25
<b>Tabla 13</b> ¿Es Importante que los Meseros Conozcan el Menú del Restaurante? .....	26
<b>Tabla 14</b> ¿Que Rango de Precios está Dispuesto a Pagar por un Palto de Hornado, Fritada y Tripas de Cerdo?.....	26
<b>Tabla 15</b> ¿Para Usted es Importante que el Restaurante Tenga Varias Opciones de Delivery?.....	28
<b>Tabla 16</b> ¿Le Gustaría que los Empaques que son para Llevar Alimentos sean Biodegradables?.....	29
<b>Tabla 17</b> Receta Hornado.....	38
<b>Tabla 18</b> Receta Fritada y Chicharrón .....	39
<b>Tabla 19</b> Receta Tripas de Cerdo.....	40
<b>Tabla 20</b> Tortilla de papa .....	41
<b>Tabla 21</b> Aliño Hornado .....	41

<b>Tabla 22</b> Aliño Achiote + Sal .....	42
<b>Tabla 23</b> Demanda del Proyecto .....	43
<b>Tabla 24</b> Costos Agua y Luz.....	44
<b>Tabla 25</b> Gastos Publicitarios .....	44
<b>Tabla 26</b> Depreciación de Equipos .....	44
<b>Tabla 27</b> Compras .....	45
<b>Tabla 28</b> Sueldos de Empleados .....	45
<b>Tabla 29</b> Costos de Producción.....	46
<b>Tabla 30</b> Estado de Resultados .....	47
<b>Tabla 31</b> Préstamo.....	48
<b>Tabla 32</b> Punto de Equilibrio .....	50
<b>Tabla 33</b> VAN y TIR .....	51

### INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> FODA Hornados Samba Elcira .....	11
<b>Figura N.- 2</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	17
<b>Figura 3</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	18
<b>Figura 4</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	19
<b>Figura 5</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	20
<b>Figura 6</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	21
<b>Figura 7</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	22
<b>Figura 8</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	23
<b>Figura 9</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	24

<b>Figura 10</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	25
<b>Figura 11</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	26
<b>Figura 12</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	27
<b>Figura 13</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	28
<b>Figura 14</b> Gráfico Encuesta Clientes .....	29
<b>Figura 15</b> Mapa Conceptual Marketing Mix .....	30
<b>Figura 16</b> Precios de la Competencia .....	31
<b>Figura 17</b> Logotipo Hornados Samba Elcira Fuente: Elaboración propia.....	34
<b>Figura 18</b> Menú.....	36
<b>Figura 19</b> Fachada de Restaurante .....	37

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**  
**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**TEMA:** PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PICANTERÍA CON TEMÁTICA TRADICIONAL ECUATORIANA UBICADA EN EL BARRIO NORTE DEL CANTÓN SALCEDO.

**AUTOR:** Diego Sebastián Cárdenas Vinueza

**TUTOR:** Edwin Guillermo Antamba Anrango

**RESUMEN EJECUTIVO**

El siguiente plan de negocios tiene como finalidad poder presentar un restaurante de comida tradicional ecuatoriana, en función a las preferencias de consumo de los habitantes del cantón Salcedo, se ha empleado una metodología mixta; cualitativa y cuantitativa, la cual ayuda a un enfoque más variado y no focalizándose en un solo método de estudio, ayudando a obtener resultados más rápidos y reduciendo la cantidad de recursos a utilizar. El plan de negocios logra describir la factibilidad de implementar un restaurante de comida tradicional en el centro del cantón.

Palabras claves: comida tradicional, inversión, plan de negocios.

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**  
**LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA**

**THEME:** BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A PICANTERÍA WITH A TRADITIONAL ECUADORIAN THEME LOCATED IN THE NORTHERN NEIGHBORHOOD OF SALCEDO CANTON.

**AUTHOR:** Diego Sebastián Cárdenas Vinueza

**TUTOR:** Edwin Guillermo Antamba Anrango

**ABSTRACT**

The following business plan aims to present a traditional Ecuadorian food restaurant, based on the consumption preferences of the residents of Salcedo. A mixed methodology, including qualitative and quantitative methods, has been used to provide a more varied approach and to avoid focusing on a single method of study, helping to obtain faster results and reducing the amount of resources needed. The business plan describes the feasibility of implementing a traditional food restaurant in the center of the canton.

Keywords: traditional food, investment, business plan.

## CAPITULO 1

### INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios tiene como principal objetivo dar a conocer la viabilidad y el potencial que tiene este emprendimiento aplicando el método mixto el cual es una mezcla del método cuantitativo y cualitativo, así hemos podido darle una profundidad analítica y financiera.

En el capítulo uno aborda los antecedentes que dan importancia y valor histórico para la gastronomía del cantón Salcedo, el propósito y los objetivos los cuales dan cuerpo a este plan de negocios.

En el capítulo dos se da a conocer la gastronomía del Ecuador, del cantón Salcedo llegando a ser una parte de la historia y como las tradiciones han pasado a ser generacionales. La misión, visión y valores que influirán en el emprendimiento siendo un pilar fundamental para el éxito del mismo. El estudio de mercado y como esto a sido un factor importante para llegar a un análisis financiero para poder competir con la competencia. Y el estudio del marketing donde se muestra el análisis de la marca.

En el capítulo tres se da a conocer la parte financiera que llega a ser una parte muy importante para un negocio que van de la mano con la recetas y poder conocer las ganancias, pérdidas, salarios de trabajadores y los insumos necesarios para poder funcionar con normalidad.



## ANTECEDENTES

La picantería los "Hornados de la Samba Elcira" nace a mediados de 1945 ha cargo de la señora Elcira Chauca, la cual desde su adolescencia comienza a vender carne de cerdo junto a su madre, a los 21 años decide incursionar en la venta de hornado, fritada y tripas de cerdo, platos los cuales en ese tiempo solo dos señoras vendían en el cantón Salcedo. Con la ayuda de su esposo Carlos Cárdenas herrero y fontanero de profesión, comienzan la venta de estos platillos típicos en el parque central que en ese tiempo era una plaza comercial, hasta la construcción del antiguo mercado central en donde fueron trasladados todos los comerciantes en donde la señora Elcira Chauca adquiere un puesto en el mercado, continua con la venta y enseña a sus hermanas como realizar la preparación de estos platillos y sus hermanas deciden ponerse a vender hornado en el mismo mercado central como compañeras hornaderas. A lo largo de los años ha logrado conseguir un renombre en el cantón Salcedo y en algunas ciudades cercanas a la misma, los clientes la llamaban el hornado de la Samba. Aunque fue medianamente conocida ninguno de sus cinco hijos decidido seguir con la tradición, la esposa de uno de sus hijos llamada Alexandra Vinueza es quien decide aprender todo sobre el hornado y sus demás platillos, iniciando con la venta de fritada y tripas de cerdo en un local comercial ubicado cerca del colegio San Francisco de Asís.

En 2008 por decisión de los hijos deciden retirar del negocio a su madre Elcira Chauca por motivos de edad avanzada, al ver que en ese momento no deseaban que se pierda la tradición, acuden a la señora Alexandra Vinueza esposa de uno de sus hijos para que les enseñe como preparar el hornado, tras haber aprendido la elaboración del hornado deciden turnarse para la venta del hornado en el mercado central y continuar con la tradición, al ser tres hijas comienzan a tener diferentes tratos a los clientes, no logran tener un solo proveedor de cerdos la

calidad comienza a disminuir, así mismo el trato a los clientes baja y esto es aprovechado por la competencia que comienza a atraer a los clientes que tenían antiguamente. Al ver que el negocio no va bien se contactan con la señora Alexandra Vinueza, que decide ayudarles y así formando parte del negocio comienza a hacer cambios como la obtención de nuevo menaje de cocina, construir un cuarto frío para el almacenamiento de los cerdos, remodelación del área de producción y la remodelación del horno de leña.

En el año 2016 deciden participar en el segundo concurso del "campeonato mundial del hornado" obteniendo el primer lugar en la provincia de Cotopaxi y llegando a la semifinal que se celebró en la ciudad de Otavalo obteniendo el segundo lugar. Todos estos logros y méritos fueron obtenidos gracias a la insistencia y perseveración de la señora Alexandra.

A inicios de 2020 la municipalidad del cantón Salcedo decide demoler el antiguo mercado central, aunque no tuvo mucha aceptación por parte de los comerciantes que tenían sus negocios en el mercado tuvieron que desalojar el mercado en su totalidad y esto afecto en gran medida a los "Hornados de la Samba Elcira" ya que no tenían un establecimiento propio, más tarde comenzó la pandemia por covid-19, haciendo que las hijas dejaran el negocio y vendiendo todo el menaje y equipamiento a Alexandra Vinueza.

## **PROPOSITO**

La finalidad de esta investigación será evaluar la factibilidad de este plan de negocios que plantea una modernización de cómo se percibe un local de comida típico – tradicional, haciendo una diferencia en el cantón Salcedo y lograr atraer a nuevos potenciales clientes.

## **JUSTIFICACION**

La picantería "Los Hornados de la Samba Elcira" ubicado en el cantón Salcedo en la provincia de Cotopaxi, es un negocio familiar que se creó en 1945 con el fin de satisfacer una necesidad de comida típica ecuatoriana con la venta de hornado, fritada y tripas de cerdo.

En la actualidad se puede observar que las instalaciones no son atractivas hacia los clientes ya que no cuenta con una decoración tradicional ecuatoriana atractiva para el cliente debido a no tener un local propio y tuvo dependencia al mercado central de Salcedo que se demolió en 2020 y la pandemia del COVID-19 que afectó a los consumidores ya que se tuvo que realizar una reubicación en una calle muy poco transitada esto hizo que afectara en gran medida a las ventas del negocio y no contaba con redes sociales para comunicar a los consumidores de lo que estaba sucediendo y que acciones tomaría el negocio.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General.**

- Evaluar la viabilidad del plan de negocios que se encuentra ubicado en el barrio norte del cantón Salcedo según la oferta y demanda del mercado.

### **Objetivos Específicos.**

- Analizar e implementar técnicas y estrategias de marketing para lograr una mayor acogida de potenciales consumidores.
- Delimitar y analizar entorno social y socioeconómico de las personas que habitan en la ciudad de Salcedo y sus alrededores.
- Elaborar un estudio financiero para verificar la viabilidad del negocio en base al nivel socio económico de las personas.

## **MARCO TEORICO**

Teniendo en cuenta los objetivos del plan de negocio presentado se analizaran todos los puntos a detalle; aplicar el marketing mix para lograr tener una diferencia frente a los demás negocios, lograr un conexión con nuestros clientes en base a nuevas estrategias de marketing y las nuevas redes sociales que están emergiendo; realizar una investigación de mercado para analizar la competencia, poder sacar provecho al realizar mejoras que puedan satisfacer las necesidades del entorno social y poder aplicar precios competitivos del mercado añadiendo valores agregados.

Esta empresa es un restaurante con denominación de picantería, la cual servirá platillos que su ingrediente principal será el cerdo y subproductos del mismo, los cerdos serán únicamente de granjas de cerdo certificadas y de una edad en específico para así mantener la calidad de nuestros productos, ofrecer un servicio de calidad acompañado de un ambiente con arte tradicional moderno.

Las ventajas que diferenciaran de la competencia es en como llevaremos la calidad, la cercanía con nuestros consumidores y la innovación constante. Estas herramientas analíticas que ayudara a una materialización del mismo.

## **HIPOTESIS**

En el cantón Salcedo hay una gran variedad de establecimientos que tienen la categoría de "picantería", pero son escasos los lugares que tengan un ambiente acorde a la temática, servicio al cliente especializado e inocuidad de los alimentos. Por lo tanto se podría realizar un plan de negocios para verificar la viabilidad de una picantería la cual no pierda la esencia tradicional pero mejorando los puntos débiles que no cumplen los demás establecimientos dentro de esta categoría.

## Impacto ambiental

Para el uso y manejo de desechos ambientales, nos basaremos Plan de Manejo Ambiental de Restaurantes del Distrito Metropolitano de Quito.

**Tabla 1**

### Impacto Ambiental Aire

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS AL RECURSO AIRE							
Objetivo: Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso AIRE						PPM-01	
Lugar de aplicación:							
Responsable:							
Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medios de Verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Emisiones gaseosas	Contaminación atmosférica	Los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas carnes etc. Deberán contar con campanas de extracción que cuenten con condensadores de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas provenientes de los procesos de preparación y cocción de alimentos	Nº de dispositivos instalados / Nº de dispositivos requeridos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe técnico de factibilidad de instalación de filtros y/o condensadores</li> <li>Verificación in situ</li> <li>Registro de periodicidad de cambio de filtros y condensadores</li> <li>Facturas de instalación</li> </ul>	A partir de la emisión del certificado ambiental	Permanente	Fin de la vida útil del proyecto
Generación de ruido por fuentes fijas de ruido de uso frecuente	Afectación a la comunidad del área de influencia social directa del restaurante	Los establecimientos que cuenten con equipos de sonido, amplificación, parlantes, altavoces, generadores, baterías de ventilación, extractores, etc., deberán estar aislados	Nº medidas acústicas implementadas / Nº medidas acústicas programadas y requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de monitoreos posteriores a la implementación de acciones correctivas</li> <li>Registro fotográfico fechado desde la cámara</li> </ul>	A partir de la emisión del certificado ambiental	En caso de incumplir los límites máximos permisibles de ruido en fuentes fijas de ruido de uso frecuente	Fin de la vida útil del proyecto
		acústicamente, con el objeto de controlar que las emisiones de ruido hacia el exterior del sitio, no rebasen los límites máximos permitidos de acuerdo a los horarios y a la zonificación que corresponda.  Para el efecto, se debe aplicar el Instructivo General de Aplicación de la Ordenanza Metropolitana N° 138 para Evaluación de aislamiento acústico de establecimientos – Resolución N° SA-DGCA-001-2018.					

**Tabla 2**

*Impacto Ambiental Recurso Agua*

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS AL RECURSO AGUA							
<b>Objetivo:</b> Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso AGUA						<b>PPM-02</b>	
<b>Lugar de aplicación:</b>							
<b>Responsable:</b>							
Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medios de Verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación de efluentes residuales	Contaminación de agua	Limpieza y mantenimiento de las trampas de grasa	Actividad realizada / Actividad programada y requerida	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro de limpieza y mantenimiento</li> <li>Registro fotográfico fechado desde la cámara</li> </ul>	A partir de la emisión del certificado ambiental	Semanal	Fin de la vida útil del proyecto
Generación de efluentes residuales	Contaminación del agua	Los establecimientos que utilicen aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas carnes etc. Y que laven con agua los utensilios de	Trampas de grasa instaladas / Trampas de grasa requeridas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facturas de trabajos contratados</li> <li>Verificación in situ</li> <li>Registro fotográfico fechado desde cámara</li> </ul>	A partir de la emisión del certificado ambiental	Semanal	Fin de la vida útil del proyecto
		cocina, deben instalar y dar mantenimiento a trampas de grasa. Este dispositivo para retención de aceite y grasa estará localizado en los conductos de desagüe de las cocinas, antes del punto de descarga al alcantarillado					

**Tabla 3**

*Impacto Ambiental Recurso Suelo*

(Distrito Metropolitano de Quito Secretaria de Ambiente 2016)

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS							
PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS AL RECURSO SUELO							
<b>Objetivo:</b> Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso SUELO						<b>PPM-03</b>	
<b>Lugar de aplicación:</b>							
<b>Responsable:</b>							
Aspecto Ambiental	Impacto Identificado	Medidas Propuestas	Indicadores	Medios de Verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación de aceites y grasas, tensoactivos, y efluentes residuales	Contaminación del suelo	Los aceites removidos de las trampas de grasas, condensadores, y carbón desactivado contaminado de los filtros deberán ser envasados en contenedores herméticos y resistentes a impactos, localizados en áreas donde no existan sumideros, canaletas, ni exista el riesgo de derrames hacia los sistemas de alcantarillado. Posteriormente deberán ser entregados al gestor autorizado con licencia ambiental vigente.	Nº de actividades ejecutadas / Nº de actividades programadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro de recolección de aceites y grasas, y carbón desactivado contaminado donde se reporte volumen alcanzado o peso</li> <li>Registro de entrega a gestor autorizado el cual tendrá correlación con el registro de recolección de aceites y grasas, y carbón desactivado</li> <li>Informe de tratamiento final que el gestor da a los residuos entregados</li> <li>Registro fotográfico fechado desde cámara</li> </ul>	A partir de la emisión del Certificado Ambiental	Semanal	Fin de la vida útil del proyecto

## CAPITULO 2

### METODOLOGIA DE ESTUDIO

#### **metodología mixta**

El método aplicado para este plan de negocios es mixto, que es la integración sistemática de la metodología cuantitativa y cualitativa, "es apropiado usar los métodos mixtos cuando el estudio suma un valor a comparación de usar un solo enfoque, esto generalmente involucra una cantidad mayor de medios económicos, involucramiento de personas, tiempo y conocimiento. En la actualidad la metodología señala que las técnicas y métodos se deben acoplar a la problemática a solucionar y no al revés". (Collado y Lucio 2014, pág. 536)

Se aplicará el método cualitativo en temas específicos para proceder a un análisis y el método cuantitativo en base a los datos a obtener resultados en el presente plan de negocios.

#### **Plan de negocios**

Para alcanzar las metas de una empresa es importante tener un documento donde se explique de manera evidente, exacta y sencilla los resultados de que se obtuvieron al momento de realizar la planificación del negocio. Esto servirá para guiar, lograr los objetivos y las actividades que se desarrollaran para poder alcanzarlos así mismo con la ayuda de la información financiera el análisis y la conveniencia del mercado. (Weinberger Villarán 2009, Pág. 33)

#### **Misión**

Satisfacer la necesidad de nuestros clientes por alimentos de calidad, variedad de platillos y precios cómodos para todo público a través de un ágil y excelente servicio.



## **Visión**

Posicionarse como una de las mejores picanterías en el cantón Salcedo y a nivel nacional para el año 2033, llegando a ser conocido por el sabor y calidad de los alimentos acompañado de un ambiente tradicional.

## **Valores**

- Innovación
- Responsabilidad
- Compromiso
- Lealtad
- Trabajo en equipo
- Respeto
- Confianza

## **Objetivos**

### **Corto plazo**

Con el fin de posicionar el restaurante se suplirá la necesidad de los clientes que buscan calidad en alimentos, variedad de platos, precios cómodos y brindar un ambiente tradicional e innovadora.

### **Mediano plazo**

Lograr posicionarse como la mejor picantería en el cantón Salcedo, siendo así un ejemplo de calidad alimentos y servicio para nuestros clientes locales y extranjeros.

**Largo plazo**

Ser reconocido a nivel nacional como la mejor picantería por la calidad de alimentos y la cultura de servicio e innovación.

**FODA****Figura 1**

*FODA Hornados Samba Elcira*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Precios competitivos.</li> <li>2. Ambiente único en el cantón Salcedo.</li> <li>3. Trazabilidad de los alimentos.</li> <li>4. Variedad de bebidas tradicionales.</li> <li>5. Cartera de clientes.</li> <li>6. Conocimiento de los procesos de elaboración.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Futura adquisición de un inmueble en una zona de mayor comercio.</li> <li>2. Mejorar procesos productivos.</li> <li>3. Productos nuevos en el menú.</li> <li>4. Mejora de las instalaciones de producción de alimentos.</li> </ol>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No contar con el capital completo.</li> <li>2. Gran inversión.</li> <li>3. No contar con trabajadores capacitados.</li> <li>4. Poca interacción con los consumidores mediante las redes sociales.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encarecimiento de la materia prima.</li> <li>2. Mucha competencia en un área limitada.</li> <li>3. Situación económica del país.</li> </ol>

## **ESTUDIO DEL MERCADO**

### **Cantón Salcedo**

#### **Historia**

En el siglo IX se origina esta población por los indígenas Paeces, los cuales nombraron al pueblo como Yachil que su significado era “Pueblo más Viejo” formando parte de los pueblos más antiguos de la región.

Con la llegada de nuevas comunidades se comenzó a formar una nueva comunidad llamada los Panzaleos que logro un gran desarrollo antes que Incas iniciaran su conquista hacia los pueblos que se localizaban en la parte andina del Ecuador, posterior a su conquista se cambió el nombre a Tigualo.

El capitán Antonio Clavijo bajo las órdenes de la Presidencia de la Real Audiencia de Quito se renombro como San Miguel de Molleambato el 29 de septiembre de 1574. Años más tarde fue renombrado nuevamente por el sacerdote Agustino Manuel Antonio de Salcedo, el cual fue un personaje que trabajo por el desarrollo de la comunidad.

En tiempos de independencia, los hermanos Pérez y el párroco Buenaventura Navas con ayuda de otros patriotas ayudaron directamente en movimientos libertarios.

En 1851 forma parte de la parroquia rural de Latacunga y el 19 de septiembre ed 1919 durante la presidencia del Dr. Alfredo Baquerizo Moreno fue declarada logro su cantonización.

(Pino 2010, pág. 25)

## **Gastronomía ecuatoriana**

El Ecuador tiene una mega diversidad, ya que cuenta con tierras fértiles, especies únicas en el mundo, condiciones geográficas especiales y culturas ancestrales, gracias a estos elementos hacen que el Ecuador cuente con una riqueza gastronómica única en el mundo.

Gracias a la selva amazónica, los nevados de la sierra y las costas han logrado desarrollar productos llenos de sabor y ricos en nutrientes que han llevado a la creación de platillos que a lo largo del tiempo se han convertido en comidas tradicionales de cada zona. Los conocimientos y el ingenio de las culturas ancestrales en el uso de hortalizas, granos, mariscos, tubérculos, frutales tropicales y de la zona andina, han logrado crear mezclas extraordinaria. (Ministerio de Turismo del Ecuador 2012, pág. 4)

## **Gastronomía de la ciudad de Salcedo**

### **Helados de Salcedo**

Este famoso helado de cuatro sabores los cuales son: mora, naranjilla, taxo y leche fue creado por las hermanas Franciscanas del colegio San Francisco de Asís aproximadamente hace unos 55 años, cuando elaboraban los helados dentro del colegio y luego los vendían a los adultos y niños que desearan comprarlos. Después de unos años el pueblo salcedense tomaría la iniciativa de venderlos para tener un sustento familiar. (Gobierno Autonomo Descentralizado de Salcedo 2020)

La familia que aún mantiene el proceso y sabor original es la familia Jijón Franco, el actual propietario es Jaime Jijón siendo la cuarta generación que conserva viva la tradición de los helados. (El Comercio ; Maisanche, Fabián 2016)

## **El Hornado**

El famoso platillo de la ciudad de Salcedo tiene su propia antigüedad siendo una de las pioneras la Sra. Elcira Chauca que inicio su venta del hornado en 1945, el cerdo se coloca en grandes latas de acero inoxidable y horneado en un horno de leña. Este plato es servido con tortilla, mote, agrio agridulce y trozos de hornado con un pedazo de cuero.

## **Togro**

El togro es un tipo de gelatina que utiliza trozos de cuero, patas y grasa del cerdo condimentado con achiote y especias esto se lo acompaña con mote y su consumo es muy popular en los sectores de Mulalillo y Cusubamba, aunque su consumo se expande por toda la región Sierra del Ecuador.

## **Pinol**

Este polvo llamado pinole tiene su origen patrimonial en México y que fue repartido por América Latina.

El Ecuador adopto su propia versión de este, el cual fue creado en 1950 por Rafael Emilio Madrid, un ciudadano del cantón de Salcedo – Cotopaxi cuando buscaba nuevos sabores y usos a la machica, al momento de añadir especias dulces y panela molida creo el pinol. Esta mezcla tuvo una gran acogida por los habitantes del cantón Salcedo que trabajaban en el campo ya que era una fuente de energía para ellos. Actualmente la familia Madrid sigue con la producción del pinol y es un polvo muy conocido a nivel nacional. (Universidad San Francisco de Asis 2016)

## **Características del área de estudio**

### **Ubicación Geográfica**

#### Limites

- Norte: Pujilí y Latacunga (Belisario Quevedo)
- Sur: Ambato y Píllaro (Tungurahua)
- Este: Pujilí, Parroquia de Angamarca, (Cotopaxi)

### **Población**

Datos según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC) realizado en el año 2010.

- Hombres: 27,880
- Mujeres: 30,336
- Total, de habitantes: 65,000

En el cantón salcedo no existe una gran variedad de sitios turísticos, al solo contar con pocos lugares como lo son:

- Laguna de Yambo
- Monasterio trapense Santa María del paraíso
- La laguna de anteojos

Siendo la laguna de Yambo el lugar con más atractivo turístico los fines de semana, en donde se emplea viajes en bote, historias de la laguna, ictioterapia, restaurantes de comida típica y cabañas de alojamiento para turistas.

El cantón Salcedo ofrece los servicios de hospedaje los cuales son:

- Rumipamba de las rosas
- Los molinos de Yanayacu
- El Surillal

(Gobierno Autónomo Descentralizado Salcedo 2019)

### Tamaño de la muestra

Tamaño de la población segmentada es de 65.000 habitantes del cantón Salcedo, se aplicó la siguiente fórmula para poder tener una muestra de la población finita.

Formula general

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

Detalles:

n = muestra

N = población o universo / 65.000

p = probabilidad de éxito / 50% = 0.5

q = probabilidad de fracaso / 50% = 0.5

e = error / 10% = 0.1

z = valor tipificado NC = 90% de fiabilidad / 1.71 = en base a la tabla Z de valores.

Desarrollo:

$$n = \frac{65.000 * 0,5 * 0,5 * (1,71)^2}{(0,1)^2 * (65.000 - 1) + (0,5) * (0,5) * (1,71)^2} = 73.089$$

En base al valor obtenido se necesitarán 73 encuestas para obtener una fiabilidad del 90% con un error del 10% y con una probabilidad de éxito de 50% y 50% de fracaso para los resultados obtenidos.

El análisis de datos, los gráficos y la encuesta se realizaron con la ayuda de Google Forms.

#### Pregunta 1

**Tabla 4**

*Sexo de Encuestados*

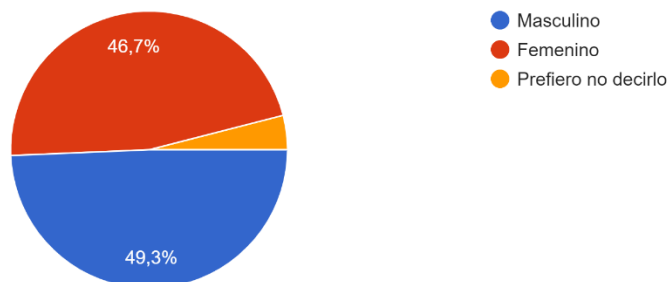
ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
MASCULINO	36	49,30%
FEMENINO	35	46,70%
PREFIERO NO DECIRLO	4	4,00%
TOTAL	75	100%

Elaborado por: Autor

**Figura N.- 2**

*Gráfico Encuesta Clientes*

Sexo  
75 respuestas



Elaborado por: Autor



En base a las encuestas realizadas el mayor porcentaje de consumidores es el genero masculino con 49,3% sobre los 46,7% del genero femenino.

Pregunta 2

**Tabla 5**

*Edad de Clientes*

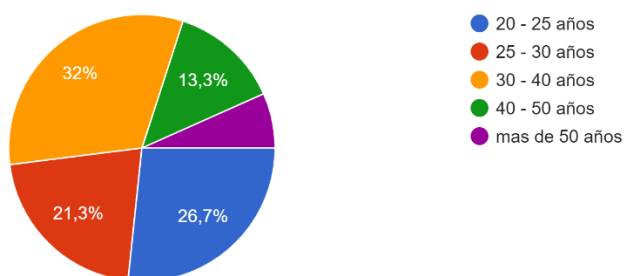
ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
20 – 25 años	20	26.7%
25 – 30 años	16	21.3%
30 – 40 años	24	32%
40 – 50 años	10	13.3%
Mas de 50 años	5	6.7%
TOTAL	75	100%

Elaboradora por: Autor

**Figura 3**

*Gráfico Encuesta Clientes*

Edad  
75 respuestas



Elaboradora por: Autor

Elaborado por: Autor

La edad con mayor consumo es de 30 – 40 años con un 32% en base a los encuestados obteniendo así un mercado relativamente joven que aun aprecian las comidas típicas.

### Pregunta 3

**Tabla 6**

*Frecuencia de Consumo de Hornado, Fritada*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
1 vez a la semana	36	48.6%
2 – 3 veces a la semana	16	21.3%
1 – 2 veces al mes	25	33.8%
No consumo este tipo de comida	10	13.3%
TOTAL	74	100%

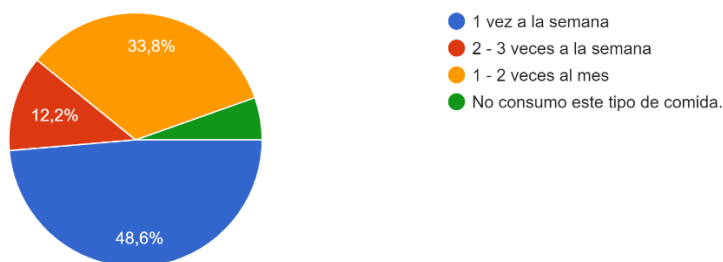
Elaborado por: Autor

**Figura 4**

*Gráfico Encuesta Clientes*

Con que frecuencia consume usted hornado, fritada, tripas de cerdo.

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 48,6% de las personas encuestadas consume 1 vez a la semana hornado, fritada o tripas de cerdo. Teniendo como resultado que el consumo es frecuente de este tipo de comidas.

## Pregunta 4

**Tabla 7**

*¿Le gustaría que el restaurante tenga una decoración acorde a la comida que se sirve?*

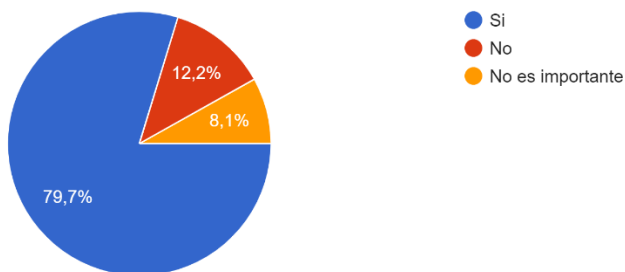
ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	59	79.7%
No	9	12.2%
No es importante	6	8.1%
TOTAL	74	100%

Elaborado por: Autor

**Figura 5***Gráfico Encuesta Clientes*

¿Le gustaría que el restaurante tenga una decoración acorde a la comida que se sirve?.

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 79,7% de los encuestados si prefiere que el restaurante tenga una decoración acorde a la comida del restaurante, se tomara en cuenta para realizar una decoracion tradicional ecuatoriana.

## Pregunta 5

**Tabla 8**

*¿Usted apreciaría que una picantería sirviera una variedad de bebidas tradicionales? Ejm: chicha de jora, chicha de arroz, avenas etc.*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	60	81.1%
No	12	2.7%
No consumo este tipo de bebidas	2	16.2%
TOTAL	74	100%

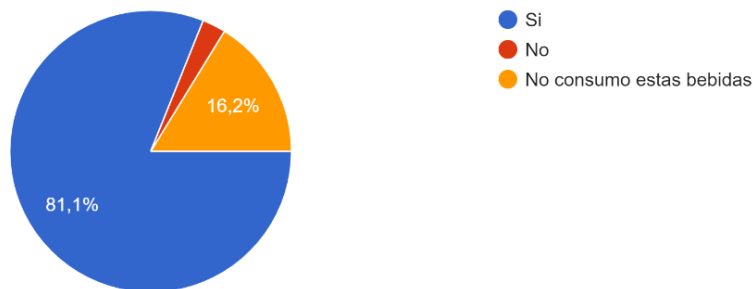
Elaborado por: Autor

**Figura 6**

*Gráfico Encuesta Clientes*

*¿Usted apreciaría que una picantería sirviera una variedad de bebidas tradicionales? Ejm: chicha de jora, chicha de arroz, avenas etc.*

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 81,1% de las personas aprecia el consumo de bebidas tradicionales.

Pregunta 6

**Tabla 9**

*¿Para usted es importante recibir una muestra del alimento que va a consumir (probana)?*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	53	85.1%
No	15	13.5%
No es importante	6	1.4%
TOTAL	74	100%

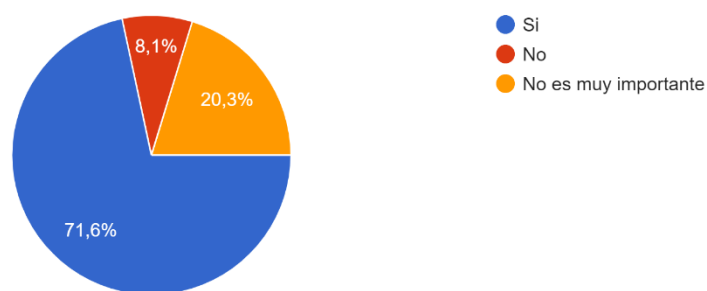
Elaborado por: Autor

**Figura 7**

*Gráfico Encuesta Clientes*

¿Para usted es importante recibir una muestra del alimento que va a consumir (probana)?.

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 71.6% de las personas aun prefieren recibir una probada o muestra de alimento como se lo realizaba en las plazas o mercados de la ciudad.

Pregunta 7

**Tabla 10**

*¿Para usted es importante visualizar el hornado, fritada antes de consumir?*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	63	85.1%
No	10	1.4%
No es importante	1	13.5%
<b>TOTAL</b>	<b>74</b>	<b>100%</b>

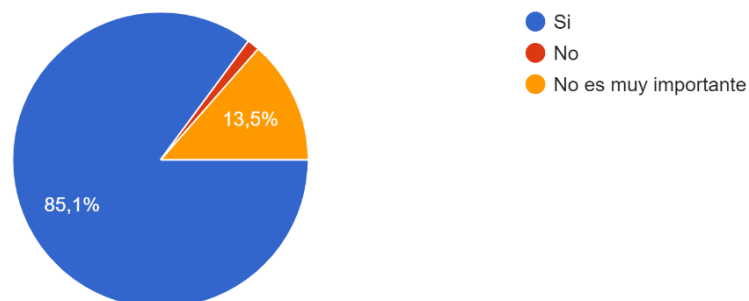
Elaborado por: Autor

### Figura 8

#### Gráfico Encuesta Clientes

¿Para usted es importante visualizar el hornado, fritada antes de consumir?.

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 85.1% de las personas aun prefieren visualizar el hornado, esto significa que les causa una mayor satisfaccion visualizar el producto que van a consumir.

Pregunta 8

**Tabla 11**

*¿Cree usted que es importante tener una variedad de pagos en un restaurante?. Ejm: Transferencia electrónica, pago con tarjeta, etc.*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	67	91.8%
No	6	8.2%
TOTAL	74	100%

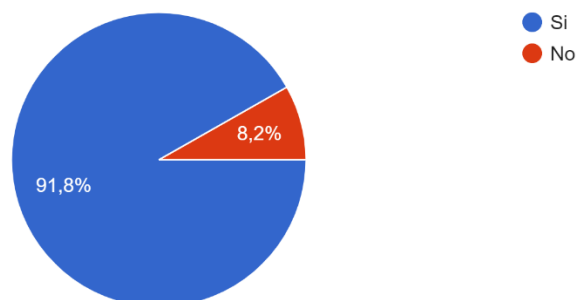
Elaborado por: Autor

**Figura 9**

*Gráfico Encuesta Clientes*

*¿Cree usted que es importante tener una variedad de pagos en un restaurante?. Ejm: Transferencia electrónica, pago con tarjeta, etc.*

73 respuestas



Elaborado por: Autor

El 91.8% de los encuestados aprecia que el restaurante cuente con una variedad de opciones de pago.

Pregunta 9

**Tabla 12**

*¿Usted Consume más en un Restaurante Cuando tiene Descuentos o Promociones Especiales?*

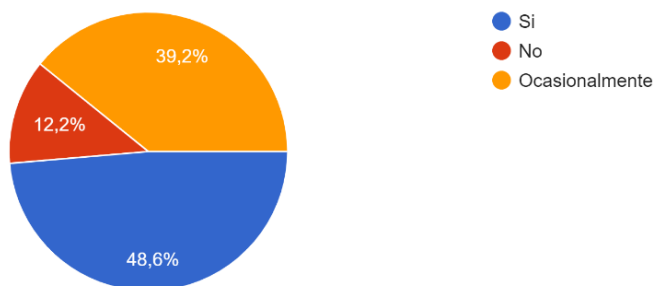
ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	36	48.6%
No	9	12.2%
Ocasionalmente	29	39.2%
Total		

Elaborado por: Autor

**Figura 10**

*Gráfico Encuesta Clientes*

¿Usted consume mas en un restaurante cuando tiene descuentos o promociones especiales?  
74 respuestas



Elaborado por: Autor

Existe un mayor consumo de alimentos y bebidas cuando hay promociones en el restaurante con un 48.6% de los encuestados, mientras que el 39.2% de las personas ocasionalmente consume en restaurantes cuando hay promociones.

Pregunta 10



**Tabla 13**

*¿Es Importante que los Meseros Conozcan el Menú del Restaurante?*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	65	87.8%
No	3	1.4%
No es importante	6	8.1%
TOTAL	74	100%

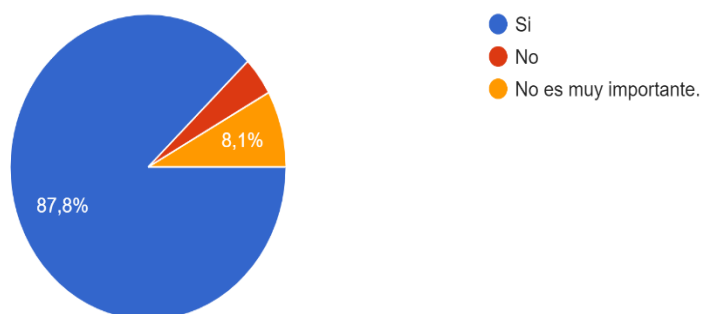
Elaborado por: Autor

**Figura 11**

*Gráfico Encuesta Clientes*

Es importante que los meseros conozcan el menú del restaurante?

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 87.8% de los encuestados aprecia que los meseros conozcan el menu.

Pregunta 11

**Tabla 14**

*¿Que Rango de Precios está Dispuesto a Pagar por un Palto de Hornado, Fritada y Tripas de*

*Cerdo?*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
\$3 - \$3.50 - \$4	32	43.2%
\$4 - \$4.5 - \$5	37	50%
\$4.50 - \$5 - \$6	4	5.4%
\$6 - \$7 - \$8	1	1.4%
TOTAL	74	100%

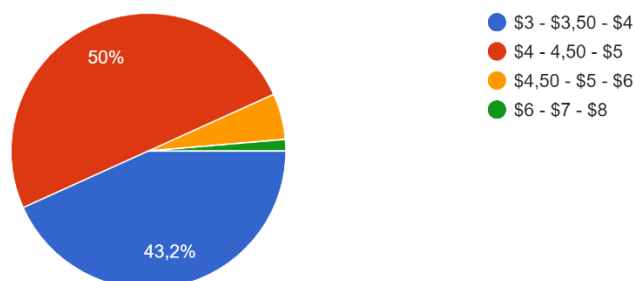
Elaborado por: Autor

### Figura 12

*Gráfico Encuesta Clientes*

Que rango de precios esta dispuesto a pagar por un plato de hornado, fritada y tripas de cerdo.

74 respuestas



Elaborado por: Autor

La aceptación de precios se mantiene en \$4, \$4.50 y \$5 con un 50% mientras que el segundo porcentaje con mayor aceptación es de 43.2% el rango de precios es de \$3, \$3.50 y \$4. Esto ayudara a propocionar una gama de precios para que el consumidor se sienta conforme en base a lo que consume y paga generando una mayor aceptación sobre la competencia.

Pregunta 12

**Tabla 15**

*¿Para Usted es Importante que el Restaurante Tenga Varias Opciones de Delivery?*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	62	83.8%
No	4	5.4%
No es importante	8	10.8%
TOTAL	74	100%

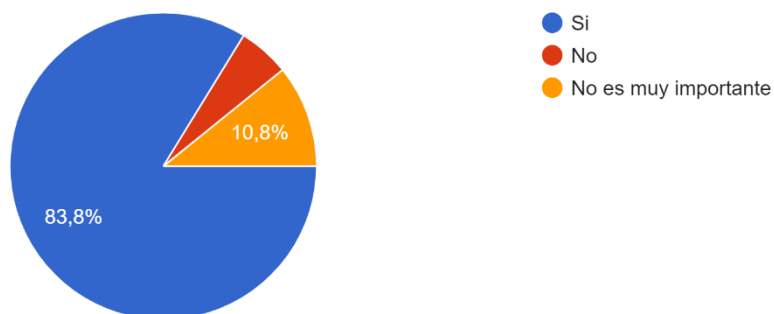
Elaborado por: Autor

**Figura 13**

*Gráfico Encuesta Clientes*

¿Para usted es importante que el restaurante tenga varias opciones de delivery?.

74 respuestas



Elaborado por: Autor

El 83.8% de los encuestados apreciaría que el restaurante se encuentre en aplicaciones de delivery para poder tener una mayor comodidad al consumir el producto en su hogar sin salir del mismo.

Pregunta 13

**Tabla 16**

*¿Le Gustaría que los Empaques que son para Llevar Alimentos sean Biodegradables?*

ALTERNATIVA	RESPUESTA	%
Si	49	67.1%
No	22	2%
No es importante	2	30.1%
TOTAL	74	100%

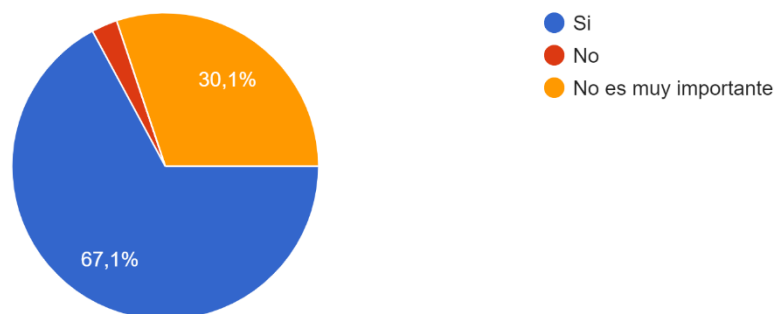
Elaborado por: Autor

**Figura 14**

*Gráfico Encuesta Clientes*

¿Le gustaría que los empaques que son para llevar alimento sean biodegradables?.

73 respuestas

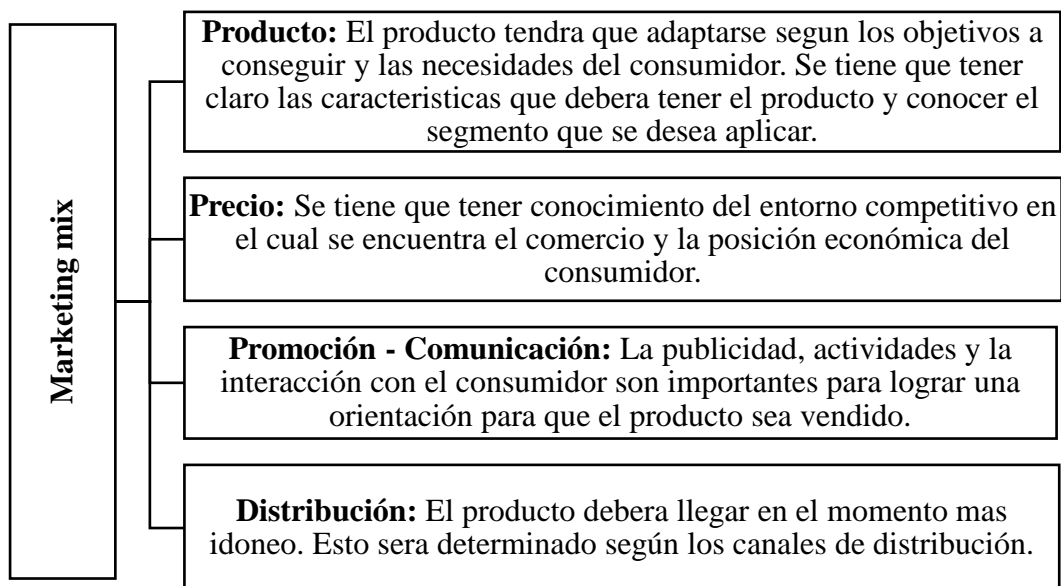


Elaborado por: Autor

El impacto ambiental es importante para los consumidores con una mayoría del 67.1% para que el restaurante envíe sus alimentos en empaques biodegradables.

### **Marketing mix**

Los mercadólogos denominan al marketing mix como una herramienta para poder alcanzar las metas mediante la combinación de elementos. Estos elementos son: producto (product), precio (price), promoción (promotion) y distribución (distribution).

**Figura 15***Mapa Conceptual Marketing Mix*

Fuente: (Kotler y Armstrong 2004)

## Producto

El producto principal de este plan de negocios constituye por tortillas de papa super chola, la cual es una papa muy utilizada a nivel nacional por su comida que es amarilla y que es recomendada para realizar pures, acompañado de mote, a esto se le añade trozos de hornado y agrio agridulce.

Los productos adicionales son: las vísceras de cerdo cocidas y luego fritas, chorizo artesanal y fritada estos productos tendrán la opción de poder servirse con tres tipos diferentes de guarnición las cuales son: tortilla de papa, mote y papa chaucha cocida. Esto estará acompañado de bebidas tradicionales las cuales son chichas, coladas y jugos.

La responsabilidad con el medio ambiente y la trazabilidad de los productos serán clave para asegurar la calidad de los productos ofrecidos.

## Precio

Se tomará en cuenta el precio de la competencia, la calidad del producto y así poder aplicar un coste que pueda liderar en el mercado.

### Figura 16

#### *Precios de la Competencia*

PRECIO DE LA COMPETENCIA (RESTAURANTES)				
Restaurantes	Plato de hornado	Jugos	Precio x libra	Chicha de jora
Hornados Doña Susana	\$ 4.00	\$ 0.75	\$ 8.00	\$ 0.75
Sal y Pimienta Hornados	\$ 3.50	-	\$ 7.00	-
Hornados Doña Olguita	\$ 3.00	\$ 0.50	\$ 6.50	\$ 0.50
Hornados Doña Esthelita	\$ 3.00	\$ 0.50	\$ 6.50	\$ 0.50
Hornados al Paso	\$ 3.00	\$ 0.50	\$ 6.50	-
Picanteria Mamá Chabi	\$ 4.00	\$ 0.60	\$ 7.00	-

Elaborado por: Autor

## Promoción

El uso de las redes sociales como: Facebook, Instagram y Tiktok serán una parte muy importante ya que gracias a este medio podemos llegar a varios potenciales consumidores mediante promociones especiales o el uso de memes para lograr obtener un reconocimiento amigable e informal.

## Distribución

restaurante contara con dos estrategias de distribución las cuales serán aplicadas de la siguiente forma:

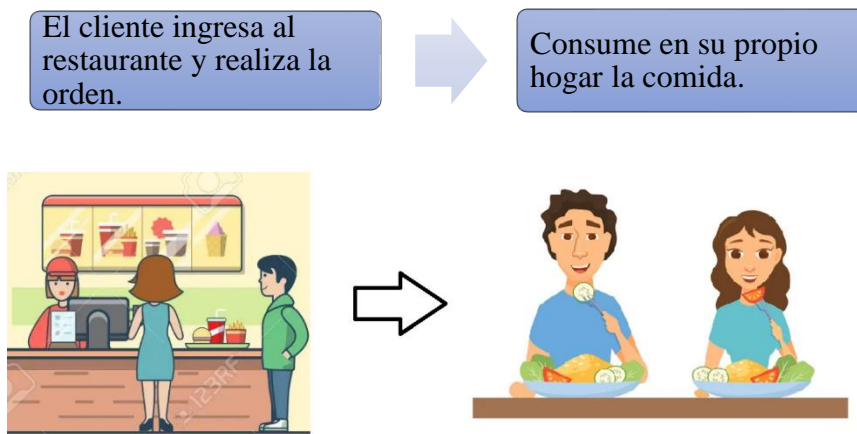
Consumo directo en el restaurante:

**Figura 17**  
*Consumo en Establecimiento*



Pedido para llevar:

**Figura 18**  
*Pedido para llevar*



Pedidos mediante delivery:

El servicio mediante aplicaciones de delivery estará habilitado cuando en el cantón Salcedo comience el uso de este tipo de aplicaciones ya que aun no hay empresas especializadas de este tipo

## **DISEÑO DE IMAGEN**

El diseño de imagen o marca corporativa busca la creación de un logo el cual cumpla con los objetivos establecidos de la empresa que desea comunicar a sus consumidores, esto también va acompañado de la publicidad, el tipo de tipografía que se utilizara y el slogan. "El tipo de logo debe tener ciertas cualidades en las cuales lograra que el logo llegue a ser perdurable, adaptable, memorable y relevante sobre la competencia. La simplicidad en un diseño lo ayudara a ser versátil, adoptar enfoques minimalistas para que el logotipo pueda ser aplicado en una diversidad de medios de comunicación y que sea fácil de reconocer el logo, teniendo en cuenta que el ser humano recuerda con facilidad las cosas simples y sencillas hay que tener en cuenta esta información para que el consumidor recuerde el logo a pesar del paso del tiempo. (Airey 2015, pág. 22)

### **Creación de la marca**

En los comienzos del negocio no se tenía un logotipo o slogan que defina la marca, esto fue apareciendo con el paso del tiempo el cual los consumidores la comenzaron a asociar con su cabello sambo y su nombre así es como lo nombraron como los "Los Hornados de la Samba Elcira", es así como los propietarios decidieron nombrar al negocio con este nombre y slogan ya que la gente asociaba a la señora que vendía antiguamente, la calidad y el sabor de la cual la gente estaba acostumbrada.



## Logotipo

En el logotipo predomina un cerdo alegre que está levantando su pata y en la parte inferior se encuentra escrito el nombre "La Samba Elcira", fundadora del negocio de los hornados.

*Figura 19*

*Logotipo Hornados Samba Elcira*



Fuente: Elaboración propia

## Inscripción de derechos de logo y marca

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el organismo técnico que actúa dentro del territorio ecuatoriano la cual ejerce las facultades de regulación, gestión y control de derechos intelectuales. Inscribir la propiedad intelectual en el SENADI contara con las siguientes ventajas:

- Derecho exclusivo del titular al uso de la marca dentro del territorio ecuatoriano y el derecho de actuar contra cualquier otra marca que utilice la marca sin previa autorización por parte del titular.

- Dentro de los primeros seis meses el titular tendrá la prioridad de actuar y poder posicionarse en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), si así lo desea siempre y cuando presente una solicitud en Ecuador.
- Prohíbe la importación de marcas que mantengan un parentesco o sean iguales al que fue registrado por el titular, por una supuesta violación de derechos de Propiedad Intelectual.
- El titular tiene el derecho de otorgar o cobrar regalías a terceros que deseen usar su propiedad intelectual.
- El titular puede franquiciar su producto o servicio si así lo desea.
- Puede llegar a vender o ceder sus derechos de marca.
- La marca se convierte automáticamente en un activo intangible.

### **Costo de registro de marca y tiempo de protección**

El costo de inscripción de marca es de \$208,00 USD proceso el cual se demora 6 meses y tiene una vigencia de 10 años y una renovación indefinida siempre y cuando el propietario la vuelva a registrar 6 meses antes de su caducidad o 6 meses después de caducidad. (SENADI, 2022)

## Menú

Figura 20

Menú

**LOS HORNADOS DE LA SAMBA ELCIRA**

**PLATOS**

**PRINCIPALES**

<b>HORNADO</b>	<b>\$4.00</b>
Tortillas, mote, hornado y cuero	
<b>FRITADA</b>	<b>\$3.50</b>
Fritada, mote, tortillas	
<b>TRIPAS</b>	<b>\$3.00</b>
Tripas de cerdo, mote o tortilla, lechuga	
<b>CHORIZO ARTESANAL</b>	<b>\$3.00</b>
Chorizo de cerdo, mote o tortilla	

**BEBIDAS**

<b>JUGOS NATURALES</b>	<b>\$1.50</b>
Mora, coco, tamarindo, naranja	
<b>COLAS</b>	<b>\$0.50</b>
personales	
<b>CHICHA</b>	<b>\$1.00</b>



Elaborado por: Autor

## Rotulación

La rotulación del local se mantendrá en el exterior para que los consumidores puedan visualizar con facilidad el rotulo el cual será luminoso con banderolas y cubiertos de lona.

**Figura 21**

*Fachada de Restaurante*



Elaborado por: Autor

## CAPITULO 3

## Recetario

## Hornado

**Tabla 17**  
*Receta Hornado*

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Proceso de elaboración
Canal de cerdo entera	100	kg	<p><b>Preparación del cerdo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Retirar la grasa del cuero del cerdo en toda la zona del puerco que tenga cuero con un acho de 1 cm</li> <li>- Retirar la grasa de la zona posterior del cerdo hasta llegar a la zona muscular.</li> <li>- Retirar las patas posteriores y anteriores del cerdo.</li> <li>- En la zona posterior de las piernas cortar cada 2cm y una profundidad de 4cm.</li> <li>- Aliñar la zona delantera y posterior del cerdo y asegurarse que el aliño este en todas las zonas del cerdo.</li> <li>- Dejar reposar al cerdo aliñado por aproximadamente 1 – 2 días en refrigeración.</li> <li>- El horneado se lo realizara a 180°C x 6 horas.</li> </ul> <p><b>Preparación del aliño</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Triturar el ajo hasta obtener una pasta.</li> <li>- Mezclar los aliños, sal y ajo hasta obtener una mezcla homogénea.</li> </ul>
Aliño de hornado	100	G	
Aliño de achiote	150	G	
Sal	113.5	G	
Ajo	3	Lb	
<b>Puntos críticos</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Temperatura de manipulación de la carne de cerdo.</li> <li>- Asegurarse que el aliño penetre en todas las zonas del cerdo.</li> <li>- En las zonas de las costillas y los cachetes del cerdo asegurarse que no quede sangre.</li> </ul>			

Elaborado por: Autor

## Fritada y Chicharrón

**Tabla 18**  
*Receta Fritada y Chicharrón*

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Proceso de elaboración</b>
Carne de cerdo	2.5	Kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cortar la carne y la manteca de cerdo en trozos medianos de no más de 5 – 8cm</li> <li>- Poner primero la manteca y seguido la carne de cerdo y esperar hasta que la manteca suelte la grasa y se haga líquida.</li> <li>- Agregar la panela diluida en agua.</li> <li>- Una vez que la fritada tenga un color más dorado agregar el ajo licuado con la cebolla.</li> <li>- Una vez cocida la fritada deja escurrir la manteca de la fritada y chicharrón.</li> </ul>
Manteca de cerdo	2	Kg	
Sal	240	G	
Ajo	1	Lb	
Cebolla	850	G	
Panela	90	G	
Agua	100	G	
<b>Puntos críticos</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacer cortes muy pequeños en la carne y manteca.</li> <li>- Remover constantemente para evitar asentamiento en la paila.</li> </ul>			

Elaborado por: Autor

## Tripas de cerdo

**Tabla 19**  
*Receta Tripas de Cerdo*

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Proceso de elaboración
Menudo entero de cerdo	20	Kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con el menudo entero trataremos de cortar con mucho cuidado la tela (mesenterio) que mantiene unidas las vísceras del cerdo.</li> <li>- Una vez separadas las tripas de los órganos del cerdo separar por tipo de órganos.</li> </ul>
Sal	454	G	
Limonas	3	U	
Harina	227	G	
Hierba buena	10	U	
<b>Puntos críticos</b>			<p><b>Limpieza de tripa delgada y gruesa (intestino grueso y delgado).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vaciar las heces de cada tripa con cuidado de no salpicar.</li> <li>- Una vez este vaciada las heces completamente, introducir una manguera acorde al tamaño de la tripa y mandar agua para tratar de eliminar los desechos de heces que quedaron.</li> <li>- Realizar el revés a la tripa con mucho cuidado de no romperla.</li> <li>- Una vez este realizado el revés de la tripa, limpiar con cuidado la grasa que se encuentra pegada a las paredes de la tripa hasta tener una tripa limpia de grasa.</li> <li>- Una vez este limpia la tripa se procederá a añadir zumo de limón, sal, harina, y hierba buena para eliminar sabores y olores, este procedimiento se debe dejar aproximadamente 40 minutos.</li> <li>- Una vez pasado el tiempo, lavar con abundante agua hasta que este limpia la tripa.</li> </ul> <p><b>Limpieza de órganos (corazón, pulmones, hígado).</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al corazón se le realizara un corte en medio del corazón para verificar que no contenga restos de sangre, si contiene sangre realizar el lavado.</li> <li>- El hígado y los pulmones se verificarán que no contengan sangre y se lavara con abundante agua.</li> </ul> <p><b>Cocción de menudo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Colocar el menudo lavado en una olla con abundante agua para realizar la cocción durante 40 minutos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control de temperatura de las tripas.</li> <li>- Correcto lavado de las heces.</li> <li>- Verificar que las tripas que contengan heces se haya eliminado el olor a heces.</li> <li>- Correcta</li> </ul>			

Elaborado por: Autor

## Tortillas de papa

**Tabla 20**  
*Tortilla de papa*

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Proceso de elaboración
Papas	1	Q	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelar las papas y retirar imperfecciones.</li> <li>- Cocer las papas durante 2 horas.</li> <li>- Escurrir el agua.</li> <li>- Introducir los ingredientes sal, agua, achiote y agua.</li> <li>- Incorporar los ingredientes.</li> <li>- Moler con la ayuda de un molino.</li> </ul>
Sal	113.5	G	
Achiote	50	ml	
Agua	500	ml	
<b>Puntos críticos</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- No mezclar correctamente los ingredientes.</li> <li>- No realizar correctamente la cocción de papas.</li> </ul>			

Elaborado por: Autor

## Aliño de hornado

**Tabla 21**  
*Aliño Hornado*

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Proceso de elaboración
Pimienta dulce	5	Kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Moler finamente cada especia.</li> <li>- Mezclar las especias hasta conseguir un aliño homogéneo.</li> </ul>
Pimienta negra	10	Kg	
Clavo de olor	5	Kg	
<b>Puntos críticos</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe verificarse que el molido es fino como polvo.</li> </ul>			

Elaborado por: Autor



**Aliño Achiote + Sal**

**Tabla 22**  
*Aliño Achiote + Sal*

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Proceso de elaboración</b>
Achiote en semilla	10	Kg	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mezclar el achiote en semilla con la sal marina.</li> <li>- Moler finamente con la ayuda de un molino.</li> <li>- Mezclar hasta verificar que este correctamente mezclado.</li> </ul>
Sal marina	4	Kg	
<b>Puntos críticos</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debe verificarse que el molido es fino como polvo.</li> </ul>			

Elaborado por: Autor

## Demanda

**Tabla 23**  
*Demanda del Proyecto*

UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%
(a)			(b)	(c= a * b)	
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>HORNADO</b>					
kg	100	CERDO	2,75	275	98,32%
lb	1	AJO	3	3	1,07%
g	113,5	SAL 1kg 85	0,0008	0,0908	0,03%
g	100	Aliño achiote + Sal	0,013	1,3	0,46%
g	150	Aliño de hornado 20kg 332,5	0,002	0,3	0,11%
			5,7658	279,6908	100%
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>ALIÑO HORNADO</b>					
kg	5	PIMIENTA DULCE 16,3	16,3	81,5	33,31%
kg	10	PIMIENTA NEGRA 87,4	8,74	87,4	35,72%
kg	5	CLAVO DE OLOR 75,8	15,16	75,8	30,98%
			40,2	244,7	100%
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>ALIÑO ACHIOTE + SAL</b>					
kg	10	Achiote semilla	5,29	52,9	81,51%
kg	4	Sal marina en grano	3	12	18,49%
			8,29	64,9	100%
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>FRITADA Y CHICHARRON</b>					
kg	4,5	CARNE Y MANTECA DE CERDO	4	18	85,45%
g	240	SAL 1kg 0,85	0,00085	0,204	0,97%
lb	1	AJO 1lb 1	1	1	4,75%
g	850	CEBOLLA PAITEÑA 100g 0,20	0,002	1,7	8,07%
g	90	PANELA MOLIDA 500g 0,89	0,00178	0,1602	0,76%
			5,00463	21,0642	100%
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>MENUDO</b>					
g	454	SAL 1kg 0,85	0,00085	0,3859	4,21%
unidades	3	Limonas	1,1111	3,3333	36,35%
g	227	harina	0,0011	0,2497	2,72%
unidades	10	hierba buena	0,02	0,2	2,18%
kg	20	viceratas de cerdo	0,25	5	54,53%
			1,38305	9,1689	100%
<b>MATERIA PRIMA</b>					
<b>TORTILLAS</b>					
quintal	1	Papas	20	20	98,15%
g	120	Sal	0,00085	0,102	0,50%
ml	50	achiote	0,0055	0,275	1,35%
			20,00635	20,377	100%
<b>INSUMOS Y OTROS MATERIALES</b>					
UNIDAD	50	PLATOS	0,75	37,5	6,76%
UNIDAD	70	CUCHARAS	0,25	17,5	3,15%
UNIDAD	10	LATAS	50	500	90,09%
			51	555	100%
<b>MAQUINARIA</b>					
UNIDAD	1	HORNO ARTESANAL	2000	2000	5,85%
UNIDAD	1	CAMION	30000	30000	87,82%
UNIDAD	1	CARRETILLA	30	30	0,09%
UNIDAD	2	COCINA	120	240	0,70%
UNIDAD	1	CORTADORA DE HUESOS	500	500	1,46%
UNIDAD	2	CONGELADORES	695,65	1391,3	4,07%
			33345,65	34161,3	100%

Elaborado por: Autor

## Costos agua y luz

**Tabla 24**  
*Costos Agua y Luz*

CAPACIDAD INSTALADA	ADMINISTRACIÓN	PRODUCCIÓN	VENTAS
	EDIFICIOS - ARRENDADO	20%	75%
AGUA	8	1,60	0,40
LUZ	40	8	2

Elaborado por: Autor

## Gastos publicitarios

**Tabla 25**  
*Gastos Publicitarios*

VENTAS
PUBLICIDAD 6 MENSUALES DURANTE LOS 3 PRIMEROS AÑOS

Elaborado por: Autor

## Depreciación de equipos

**Tabla 26**  
*Depreciación de Equipos*

CONCEPTO	REFERENCIA	COSTO HISTÓRICO	DEPRECIACIÓN ANUAL	2024					COSTO HISTÓRICO	(-) DEP ACUMULADA	SALDO EN LIBROS
				I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE	TOTAL			
		(a)	(b = a / ?)	(c = b / 4)	(d = c)	(e = d)	(f = e)	(g = b)			
HORNO ARTESANAL	<a href="#">Demanda Inicial</a>	2.000,00	200,00	50,00	50,00	50,00	50,00	200,00	2.000,00	-1.000,00	1.000,00
CAMION	<a href="#">Demanda Inicial</a>	30.000,00	6.000,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	6.000,00	30.000,00	-30.000,00	-
CARRETILLA	<a href="#">Demanda Inicial</a>	30,00	6,00	1,50	1,50	1,50	1,50	6,00	30,00	-30,00	-
COCINA	<a href="#">Demanda Inicial</a>	240,00	24,00	6,00	6,00	6,00	6,00	24,00	240,00	-120,00	120,00
CORTADORA DE HUESOS	<a href="#">Demanda Inicial</a>	500,00	50,00	12,50	12,50	12,50	12,50	50,00	500,00	-250,00	250,00
CONGELADORES	<a href="#">Demanda Inicial</a>	1.391,30	139,13	34,78	34,78	34,78	34,78	139,13	1.391,30	-695,65	695,65
<b>DEPRECIACIÓN DE MÁQUINAS</b>			<b>6.419,13</b>	<b>1.604,78</b>	<b>1.604,78</b>	<b>1.604,78</b>	<b>1.604,78</b>	<b>6.419,13</b>	<b>34.161,30</b>	<b>-32.095,65</b>	<b>2.065,65</b>

Elaborado por: Autor

## Compras

**Tabla 27**  
*Compras*

CONCEPTO	REFERENCIA	COSTO UNITARIO	COSTO REQUERIDO	CANTIDADES A PRODUCIR	2024				TOTAL
					I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE	
<b>HORNADO</b>		(a)	(b)	(c)	(d = a*b*c)	(e = d)	(f = e * 2,50%)	(g = f -1,5%)	(h = d + e + f + g)
CERDO	<a href="#">D Inicial</a>	2,75	100,00	7	1.925,00	1.925,00	1.973,13	2.032,32	7.855,45
AJO	<a href="#">D Inicial</a>	3,00	1,00	7	21,00	21,00	21,53	22,17	85,70
SAL 1kg 85	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	113,50	7	0,64	0,64	0,65	0,67	2,59
Aliño achiote + Sal	<a href="#">D Inicial</a>	0,01	100,00	7	9,10	9,10	9,33	9,61	37,14
Aliño de hornado 20kg 332,5	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	150,00	7	2,10	2,10	2,15	2,22	8,57
<b>FRITADA Y CHICHARIN</b>									
CARNE Y MANTECA DE CERDO	<a href="#">D Inicial</a>	4,00	4,50	2	36,00	36,00	36,90	38,01	146,91
SAL 1kg 0,85	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	240,00	2	0,41	0,41	0,42	0,43	1,66
AJO 1lb 1	<a href="#">D Inicial</a>	1,00	1,00	2	2,00	2,00	2,05	2,11	8,16
CEBOLLA PAITEÑA 100g 0,20	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	850,00	2	3,40	3,40	3,49	3,59	13,88
PANELA MOLIDA 500g 0,89	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	90,00	2	0,32	0,32	0,33	0,34	1,31
<b>MENUDO</b>									
SAL 1kg 0,85	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	454,00	1	0,39	0,39	0,40	0,41	1,58
Limones	<a href="#">D Inicial</a>	1,11	3,00	1	3,33	3,33	3,42	3,52	13,60
harina	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	227,00	1	0,25	0,25	0,26	0,26	1,02
hierba buena	<a href="#">D Inicial</a>	0,02	10,00	1	0,20	0,20	0,21	0,21	0,82
viceras de cerdo	<a href="#">D Inicial</a>	0,25	20,00	1	5,00	5,00	5,13	5,28	20,41
<b>TORTILLAS</b>									
Papas	<a href="#">D Inicial</a>	20,00	1,00	6	120,00	120,00	123,00	126,69	489,69
Sal	<a href="#">D Inicial</a>	0,00	120,00	6	0,61	0,61	0,63	0,65	2,50
achiote	<a href="#">D Inicial</a>	0,01	50,00	6	1,65	1,65	1,69	1,74	6,73
<b>TOTAL COMPRAS BRUTAS DE MATERIA PR</b>		<b>32,15983</b>	<b>2535</b>	<b>68,00</b>	<b>2.131,39</b>	<b>2.131,39</b>	<b>2.184,68</b>	<b>2.250,23</b>	<b>8.697,70</b>
<b>(-) DESCUENTO EN COMPRAS</b>					-	-	-	-	-
<b>COMPRAS NETAS DE MATERIA PRIMA</b>					<b>2.131,39</b>	<b>2.131,39</b>	<b>2.184,68</b>	<b>2.250,23</b>	<b>8.697,70</b>

Elaborado por: Autor

## Sueldos de empleados

**Tabla 28**  
*Sueldos de Empleados*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SBU	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	IESS PATRONAL
<b>MOD y MOI</b>		(a)	(b = a/12)	(c = sbu/12)	(d = a/12)	(e = a*12,15%)
AYUDANTE DE COCINA	1	425,00	35,42	35,42	35,42	51,6375
	1	425,00	35,42	35,42	35,42	51,64
<b>VENTAS</b>						
AYUDANTE DE COCINA	1	425,00	35,42	35,42	35,42	51,6375
	1	425,00	35,42	35,42	35,42	51,64
<b>ADMINISTRATIVO</b>						
CHEF EJECUTIVO	1	425,00	35,42	35,42	35,42	51,6375
	1	425,00	35,42	35,42	35,42	51,64

Elaborado por: Autor

## Costos de producción

**Tabla 29**  
*Costos de Producción*

CONCEPTO	REFERENCIA	2024				
		I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE	TOTAL
INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	-	-	-	-	-	-
(+) COMPRAS BRUTAS	Compras	2.131,39	2.131,39	2.142,05	2.163,47	8.568,31
(-) DESCUENTO - DEVOLUCIÓN EN COMPRAS	Compras	-	-	-	-	-
<b>COMPRAS NETAS</b>	Compras	<b>2.131,39</b>	<b>2.131,39</b>	<b>2.142,05</b>	<b>2.163,47</b>	<b>8.568,31</b>
(-) INVENTARIO FINAL	-	-	-	-	-	-
<b>= MATERIA PRIMA DISPONIBLE</b>		<b>2.131,39</b>	<b>2.131,39</b>	<b>2.142,05</b>	<b>2.163,47</b>	<b>8.568,31</b>
MANO DE OBRA DIRECTA Y INDIRECTA	Sueldos					
SUELDOS	Sueldos	1.275,00	1.275,00	1.275,00	1.275,00	5.100,00
DÉCIMO TERCER SUELDO	Sueldos	106,25	106,25	106,25	106,25	425,00
DÉCIMO CUARTO SUELDO	Sueldos	106,25	106,25	106,25	106,25	425,00
FONDOS DE RESERVA	Sueldos	-	-	-	-	-
IESS PATRONAL	Sueldos	154,91	154,91	154,91	154,91	619,65
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA Y INDIRECTA</b>		<b>1.642,41</b>	<b>1.642,41</b>	<b>1.642,41</b>	<b>1.642,41</b>	<b>6.569,65</b>
<b>COSTO PRIMO</b>		<b>3.773,81</b>	<b>3.773,81</b>	<b>3.784,46</b>	<b>3.805,88</b>	<b>15.137,96</b>
DEPRECIACIONES						
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA	Gastos	1.604,78	1.604,78	1.604,78	1.604,78	6.419,13
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>		<b>1.604,78</b>	<b>1.604,78</b>	<b>1.604,78</b>	<b>1.604,78</b>	<b>6.419,13</b>
CAPACIDAD INSTALADA						
AGUA	Demanda Inicial	18,00	18,00	18,00	18,00	72,00
LUZ	Demanda Inicial	90,00	90,00	90,00	90,00	360,00
<b>TOTAL CAPACIDAD INSTALADA</b>		<b>108,00</b>	<b>108,00</b>	<b>108,00</b>	<b>108,00</b>	<b>432,00</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>1.712,78</b>	<b>1.712,78</b>	<b>1.712,78</b>	<b>1.712,78</b>	<b>6.851,13</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		<b>5.486,59</b>	<b>5.486,59</b>	<b>5.497,25</b>	<b>5.518,67</b>	<b>21.989,09</b>
(+) INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS EN PROCESO	Políticas	1.097,32	822,99	822,99	824,59	3.567,88
(-) INVENTARIO FINAL PRODUCTOS EN PROCESO	Políticas	-822,99	-822,99	-824,59	-827,80	-3.298,36
<b>= COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS</b>		<b>5.760,92</b>	<b>5.486,59</b>	<b>5.495,65</b>	<b>5.515,45</b>	<b>22.258,61</b>
(+) INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERMINADOS		384,06	274,33	274,33	274,86	1.207,58
(-) INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERMINADOS		-274,33	-274,33	-274,86	-275,93	-1.099,45
<b>= COSTO DE PRODUCTOS Y VENTAS</b>		<b>5.870,65</b>	<b>5.486,59</b>	<b>5.495,12</b>	<b>5.514,38</b>	<b>22.366,74</b>
<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>		<b>17,00</b>	<b>17,00</b>	<b>17,00</b>	<b>17,00</b>	<b>68,00</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>		<b>345,33</b>	<b>322,74</b>	<b>323,24</b>	<b>324,38</b>	<b>1.315,69</b>
<b>UNIDADES EMPLATADAS</b>		<b>170,00</b>	<b>170,00</b>	<b>170,00</b>	<b>170,00</b>	<b>680,00</b>
<b>COSTO UNITARIO DE CADA PLATO</b>		<b>2,03</b>	<b>1,90</b>	<b>1,90</b>	<b>1,91</b>	<b>1,93</b>

Elaborado por: Autor

## Estado de resultados

**Tabla 30**  
*Estado de Resultados*

CONCEPTO	REFERENCIA	2024				
		I TRIMESTRE	II TRIMESTRE	III TRIMESTRE	IV TRIMESTRE	TOTAL
UNIDADES PRODUCIDAS DE HORNADO	Estado de Cos	12,00	12,00	12,00	12,00	48,00
PRECIO DE VENTA DEL HORNADO		414,40	387,29	387,89	389,25	1.578,83
UNIDADES PRODUCIDAS DE MENUDO		2,00	2,00	2,00	2,00	8,00
PRECIO DE VENTA DEL MENUDO		240,00	240,00	240,00	240,00	960,00
UNIDADES PRODUCIDAS DE FRITADA Y CHICHARRON		3,00	3,00	3,00	3,00	12,00
PRECIO DE VENTA DE FRITADA CHICHARON		170,00	170,00	170,00	170,00	680,00
PRECIO DE VENTA TOTAL	Políticas	824,40	797,29	797,89	799,25	3.218,83
<b>VENTAS</b>	<b>(a)</b>	<b>14.014,78</b>	<b>13.553,91</b>	<b>13.564,14</b>	<b>13.587,26</b>	<b>54.720,09</b>
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	Estado de Cos	-5.870,65	-5.486,59	-5.495,12	-5.514,38	-22.366,74
<b>= UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL</b>	<b>(b)</b>	<b>8.144,13</b>	<b>8.067,32</b>	<b>8.069,02</b>	<b>8.072,88</b>	<b>32.353,35</b>
GASTOS						
GASTOS DE VENTAS						
SUELDOS	Sueldos	1.275,00	1.275,00	1.275,00	1.275,00	5.100,00
DECIMO TERCER SUELDO	Sueldos	106,25	106,25	106,25	106,25	425,00
DECIMO CUARTO SUELDO	Sueldos	106,25	106,25	106,25	106,25	425,00
FONDO DE RESERVA	Sueldos	-	-	-	-	-
IESS PATRONAL	Sueldos	154,91	154,91	154,91	154,91	619,65
AGUA	Demanda Inic	1,20	1,20	1,20	1,20	4,80
LUZ	Demanda Inic	6,00	6,00	6,00	6,00	24,00
PUBLICIDAD		18,00	18,00	18,00	18,00	72,00
<b>TOTAL GASTOS VENTAS</b>	<b>(c)</b>	<b>1.667,61</b>	<b>1.667,61</b>	<b>1.667,61</b>	<b>1.667,61</b>	<b>6.670,45</b>
GASTOS						
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
SUELDOS	Sueldos	1.275,00	1.275,00	1.275,00	1.275,00	5.100,00
DECIMO TERCER SUELDO	Sueldos	106,25	106,25	106,25	106,25	425,00
DECIMO CUARTO SUELDO	Sueldos	106,25	106,25	106,25	106,25	425,00
FONDO DE RESERVA	Sueldos	-	-	-	-	-
IESS PATRONAL	Sueldos	154,91	154,91	154,91	154,91	619,65
AGUA	Demanda Inic	3,60	3,60	3,60	3,60	14,40
LUZ	Demanda Inic	18,00	18,00	18,00	18,00	72,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>(d)</b>	<b>1.664,01</b>	<b>1.664,01</b>	<b>1.664,01</b>	<b>1.664,01</b>	<b>6.656,05</b>
GASTOS FINANCIEROS						
INTERÉS		4.769,08	4.592,85	4.407,95	4.213,95	17.983,84
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>(e)</b>	<b>4.769,08</b>	<b>4.592,85</b>	<b>4.407,95</b>	<b>4.213,95</b>	<b>17.983,84</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>(f=c+d+e)</b>	<b>8.100,71</b>	<b>7.924,48</b>	<b>7.739,58</b>	<b>7.545,57</b>	<b>31.310,34</b>
<b>UTILIDAD CONTABLE</b>	<b>(g=b-f)</b>	<b>43,42</b>	<b>142,84</b>	<b>329,45</b>	<b>527,30</b>	<b>1.043,01</b>
(-) PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	<b>(h = g *15%)</b>	6,51	21,43	49,42	79,10	156,45
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(i=g-h)</b>	<b>36,91</b>	<b>121,41</b>	<b>280,03</b>	<b>448,21</b>	<b>886,56</b>
(-) IMPUESTO A LA RENTA	<b>(j = i *25%)</b>	9,23	30,35	70,01	112,05	221,64
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>(k=i-j)</b>	<b>27,68</b>	<b>91,06</b>	<b>210,02</b>	<b>336,15</b>	<b>664,92</b>

Elaborado por: Autor

**Préstamo**

**Tabla 31**  
*Préstamo*

Tabla de Amortización		Metodo Frances			
PRESTAMO	\$	100.000,00			
TASA NOMI		1,21%			
PLAZO		72			
DIVIDENDO		\$2.087,44			
N	SALDO INICIAL	CUOTA	CAPITAL	INTERES	SALDO FINAL
0					100.000,00
1	100.000,00	\$2.087,44	\$879,11	1.208,33	99.120,89
2	99.120,89	2.087,44	889,73	1.197,71	98.231,16
3	98.231,16	2.087,44	900,48	1.186,96	97.330,68
4	97.330,68	2.087,44	911,36	1.176,08	96.419,31
5	96.419,31	\$2.087,44	\$922,38	1.165,07	95.496,94
6	95.496,94	\$2.087,44	\$933,52	1.153,92	94.563,41
7	94.563,41	\$2.087,44	\$944,80	1.142,64	93.618,61
8	93.618,61	\$2.087,44	\$956,22	1.131,22	92.662,40
9	92.662,40	\$2.087,44	\$967,77	1.119,67	91.694,62
10	91.694,62	\$2.087,44	\$979,47	1.107,98	90.715,16
11	90.715,16	\$2.087,44	\$991,30	1.096,14	89.723,86
12	89.723,86	\$2.087,44	\$1.003,28	1.084,16	88.720,58
13	88.720,58	\$2.087,44	\$1.015,40	1.072,04	87.705,17
14	87.705,17	\$2.087,44	\$1.027,67	1.059,77	86.677,50
15	86.677,50	2.087,44	1.040,09	1.047,35	85.637,41
16	85.637,41	2.087,44	1.052,66	1.034,79	84.584,76
17	84.584,76	2.087,44	1.065,38	1.022,07	83.519,38
18	83.519,38	2.087,44	1.078,25	1.009,19	82.441,13
19	82.441,13	2.087,44	1.091,28	996,16	81.349,85
20	81.349,85	2.087,44	1.104,47	982,98	80.245,38
21	80.245,38	2.087,44	1.117,81	969,63	79.127,57
22	79.127,57	2.087,44	1.131,32	956,12	77.996,26
23	77.996,26	2.087,44	1.144,99	942,45	76.851,27
24	76.851,27	2.087,44	1.158,82	928,62	75.692,44
25	75.692,44	2.087,44	1.172,83	914,62	74.519,62
26	74.519,62	2.087,44	1.187,00	900,45	73.332,62
27	73.332,62	2.087,44	1.201,34	886,10	72.131,28
28	72.131,28	2.087,44	1.215,86	871,59	70.915,43
29	70.915,43	2.087,44	1.230,55	856,89	69.684,88
30	69.684,88	2.087,44	1.245,42	842,03	68.439,46
31	68.439,46	2.087,44	1.260,47	826,98	67.178,99
32	67.178,99	2.087,44	1.275,70	811,75	65.903,30
33	65.903,30	2.087,44	1.291,11	796,33	64.612,19
34	64.612,19	2.087,44	1.306,71	780,73	63.305,47
35	63.305,47	2.087,44	1.322,50	764,94	61.982,97
36	61.982,97	2.087,44	1.338,48	748,96	60.644,49
37	60.644,49	2.087,44	1.354,66	732,79	59.289,84
38	59.289,84	2.087,44	1.371,02	716,42	57.918,81
39	57.918,81	2.087,44	1.387,59	699,85	56.531,22
40	56.531,22	2.087,44	1.404,36	683,09	55.126,87
41	55.126,87	2.087,44	1.421,33	666,12	53.705,54
42	53.705,54	2.087,44	1.438,50	648,94	52.267,04
43	52.267,04	2.087,44	1.455,88	631,56	50.811,16
44	50.811,16	2.087,44	1.473,47	613,97	49.337,68
45	49.337,68	2.087,44	1.491,28	596,16	47.846,40
46	47.846,40	2.087,44	1.509,30	578,14	46.337,10
47	46.337,10	2.087,44	1.527,54	559,91	44.809,57
48	44.809,57	2.087,44	1.545,99	541,45	43.263,57
49	43.263,57	2.087,44	1.564,67	522,77	41.698,90
50	41.698,90	2.087,44	1.583,58	503,86	40.115,32
51	40.115,32	2.087,44	1.602,72	484,73	38.512,60
52	38.512,60	2.087,44	1.622,08	465,36	36.890,52
53	36.890,52	2.087,44	1.641,68	445,76	35.248,84
54	35.248,84	2.087,44	1.661,52	425,92	33.587,32
55	33.587,32	2.087,44	1.681,60	405,85	31.905,72
56	31.905,72	2.087,44	1.701,92	385,53	30.203,81
57	30.203,81	2.087,44	1.722,48	364,96	28.481,33
58	28.481,33	2.087,44	1.743,29	344,15	26.738,03
59	26.738,03	2.087,44	1.764,36	323,08	24.973,68
60	24.973,68	2.087,44	1.785,68	301,77	23.188,00
61	23.188,00	2.087,44	1.807,25	280,19	21.380,74
62	21.380,74	2.087,44	1.829,09	258,35	19.551,65
63	19.551,65	2.087,44	1.851,19	236,25	17.700,46
64	17.700,46	2.087,44	1.873,56	213,88	15.826,90
65	15.826,90	2.087,44	1.896,20	191,24	13.930,70
66	13.930,70	2.087,44	1.919,11	168,33	12.011,58
67	12.011,58	2.087,44	1.942,30	145,14	10.069,28
68	10.069,28	2.087,44	1.965,77	121,67	8.103,51
69	8.103,51	2.087,44	1.989,53	97,92	6.113,98
70	6.113,98	2.087,44	2.013,57	73,88	4.100,42
71	4.100,42	2.087,44	2.037,90	49,55	2.062,52
72	2.062,52	2.087,44	2.062,52	24,92	0,00
		\$150.295,87	\$100.000,00	50.295,87	

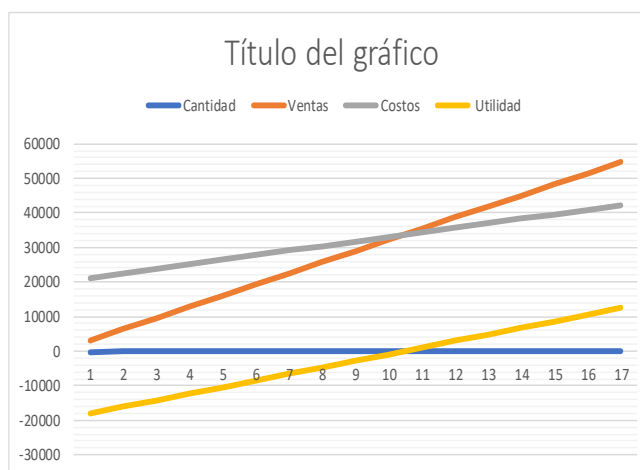


## Punto de equilibrio

**Tabla 32**  
*Punto de Equilibrio*

Costo fijos	19,896.15
Costo variable	1,315.69
precio ventas	3,218.83
p.e	10.45
Utilidades	-

Cantidad	Ventas	Costos	Utilidad
1	3,218.83	21,211.84	-17,993.01
2	6,437.66	22,527.53	-16,089.87
3	9,656.49	23,843.22	-14,186.74
4	12,875.31	25,158.91	-12,283.60
5	16,094.14	26,474.60	-10,380.46
6	19,312.97	27,790.29	-8,477.32
7	22,531.80	29,105.98	-6,574.18
8	25,750.63	30,421.67	-4,671.05
9	28,969.46	31,737.36	-2,767.91
10	32,188.29	33,053.05	-864.77
11	35,407.11	34,368.75	1,038.37
12	38,625.94	35,684.44	2,941.51
13	41,844.77	37,000.13	4,844.65
14	45,063.60	38,315.82	6,747.78
15	48,282.43	39,631.51	8,650.92
16	51,501.26	40,947.20	10,554.06
17	54,720.09	42,262.89	12,457.20



Elaborado por: Autor

## VAN y TIR

**Tabla 33**  
**VAN y TIR**

Inversion inicial		\$17,983.84					
Flujo de ingresos		Flujo de egresos		Flujo de eectivo neto			
Año	Valor	Año	Valor	Año	Valor	\$-17,983.84	
2024	54,720.09	2024	53,677.08	2024	1,043.01	1,043.01	
2025	55,743.30	2025	54,075.35	2025	1,667.95	1,667.95	
2026	57,428.90	2026	50,619.29	2026	6,809.61	6,809.61	
2027	58,697.27	2027	48,550.45	2027	10,146.82	10,146.82	
2028	60,566.51	2028	44,802.12	2028	15,764.39	15,764.39	
Forlación de Datos							
f1=	1,043.01						
f2=	1,667.95		VAN		\$2,649.47		
f3=	6,809.61						
f4=	10,146.82		TIR		19%		
f5=	15,764.39						
n=	5.00 años						
i=	14.5	0.145					
io=							

Elaborado por: Autor

- En el proyecto se puede verificar que la van es mayor a 0, gracias a esto los costos de producción y el préstamo estarán cubiertos con los ingresos del negocio.
- Los porcentajes obtenidos del grafico de la tir al ser positivos son de igual manera beneficiosos para el proyecto.
- Debido a que la tir tiene un 19% es un margen positivo y esta ligada al valor actual neto nuestro rendimiento interno será superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida en la inversión.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Culminado el desarrollo del plan de negociaciones en base a los objetivos planteados tenemos las siguientes conclusiones:

- Se concluyo que el restaurante cuenta con una trayectoria histórica, que ha ido decayendo con el tiempo, por la mala administración, la pandemia ocurrida en el 2020 y por no contar con un establecimiento propio, han sido factores que influyeron para que el restaurante haya disminuido su popularidad.
- En base al estudio que se realizó en el cantón Salcedo que cuenta con 65.000 habitantes, y con una muestra realizada a 74 consumidores, aun prefieren que se mantengan con tradiciones al momento de servir los alimentos, como lo es la probana y el servicio de bebidas tradicionales, prefieren una modernización en procesos y ambientación para asi poder tener una mejor imagen del restaurante.
- Gracias al estudio de mercado que se realizó en el cantón Salcedo se pudo concluir que muchos establecimientos no cuentan con ambientes adecuados o que contengan una temática, ya que no han hecho modernizaciones en los establecimientos, esto es una oportunidad de poder mejorar sobre los aspectos que no han podido mejorar la competencia y asi poder tener una mayor acogida en los clientes.
- Según el estudio financiero, el análisis de la van y la tir podemos concluir que el plan de negocios es factible para su aplicación, ya que se obtendrán beneficios a pesar de tener una gran inversión.

### **Recomendaciones**

- Debido a las circunstancias negativas que, tenido a lo largo de los años, se recomienda que el restaurante sea de un único dueño para que asi se mantenga la filosofía empresarial para lograr cumplir las metas y la visión establecidas.

- Los procesos de retroalimentación deben ser constantes para que así el dueño del establecimiento pueda escuchar a sus clientes y poder asegurar la satisfacción de los mismos.
- Es importante que cada proceso cuente con una planificación para que logre funcionar con normalidad todos los días, realizar un análisis a profundidad del gramaje de porción que va a ir de cada ingrediente.
- Analizar y proponer mejoras constantes para la evolución del mercado, ya sea en maquinaria para agilizar procesos o para brindar una mejor calidad a los clientes.

### **Bibliografía**

- Airey, David. *LOGO DESIGN LOVE: a guide to creating iconic brand identities*. California, EEUU: New Riders, 2015.
- Cáceres, Katherine Apaza, y Karen Díaz Salazar. *Historia de la picantería arequipeña*. Arequipa, 2009.
- Collado, Carlos Fernández, y Pilar Baptista Lucio. «METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .» En *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN sexta edición*, 536. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2014.
- Ecuador, Gobierno de la República del. *SENADI*. 2022. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/> (último acceso: 18 de Noviembre de 2022).
- El Comercio ; Maisanche, Fabián. «Los helados de Salcedo, más de 60 años de historia.» *El Comercio*, 16 de Septiembre de 2016.
- Gobierno Autonomo Descentralizado de Salcedo. *Gobierno Autonomo Descentralizado de Salcedo*. 2020. <https://www.salcedo.gob.ec/informativo/gastronomia/> (último acceso: 17 de Octubre de 2022).
- Gobierno Autónomo Descentralizado Salcedo*. 2019. <https://www.salcedo.gob.ec/informativo/el-canton-salcedo/> (último acceso: 14 de Octubre de 2022).
- Kotler, Philip, y Gary Armstrong. *Estrategias de marketing*. California: Koehler Books, 2004.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. *Ecuador Culinario saberes y sabores*. Quito - Ecuador: El Telégrafo, 2012.

Pino, Pino Efrén Aviles. *Enciclopedia del Ecuador*. 2010.

<http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/4334-2/> (último acceso: 05 de Octubre de 2022).

Salcedo, Gobierno Autonomo Descentralizado de. 2019 - 2023.

<https://www.salcedo.gob.ec/informativo/el-canton-salcedo/#:~:text=El%20Cant%C3%B3n%20Salcedo%20posee%20alrededor%20de%2065.000%20habitantes.>

Universidad San Francisco de Asis. *Gobierno del Encuentro - Pinol Patrimonio Alimentario*. 11 de Julio de 2016.

<https://pwiki.usfq.edu.ec/mw36/index.php?title=Pinol#:~:text=El%20pinole%20es%20un%20plato,con%20panela%20y%20especies%20dulces.> (último acceso: 17 de Octubre de 2022).

Weinberger Villarán, Karen. *PLAN DE NEGOCIOS herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc, 2009.

Anexos

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**



**CUERPO DE BOMBEROS DE SAN MIGUEL DE SALCEDO**

El Cuerpo de Bomberos de San Miguel de Salcedo en uso de las atribuciones  
concedidas en la Ley de Defensa contra Incendios Codificada, concede a:

**GARDENAS CHAUCA LUZ GUADALUPE**



Nombre: \_\_\_\_\_

Nombre Comercial: **ACTIVIDAD DE VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIAS**

Cantón: **SALCEDO** Parroquia: **SAN MIGUEL** RUC/CI: **0501142616001**

Dirección: **SUCRE Y ENTRE PADRE SALCEDO Y ANA PAREDES**

La respectiva AUTORIZACIÓN para que pueda funcionar de acuerdo a la Ley por el año **2022**

San Miguel de Salcedo, a **20 JULIO** de **2022** **0022573**

Código de ingreso: \_\_\_\_\_

Inspección: **2561 N.**

**VALIDO HASTA DICIEMBRE DEL 20**

**22**



\_\_\_\_\_  
CMDTE. DEL CUERPO DE BOMBEROS DE SALCEDO



CUERPO DE BOMBEROS DE SALCEDO  
BRTO. DE PREVENCIÓN  
INCENDIOS  
R.U.C.: 0560021540001



\_\_\_\_\_  
DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN

Tiraje del original al 0022000

Original con una copia Amarilla EMIB



## REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

**NUMERO RUC:** 0602861171001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** VINUEZA MORA ROSA ALEXANDRA

**NOMBRE COMERCIAL:**

**CLASE CONTRIBUYENTE:** RISE **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** **NUMERO:**

**CONTRIBUYENTE EN SUSPENSION TEMPORAL:** No

**FEC. NACIMIENTO:** 15/10/1973

**FEC. ACTUALIZACION:**

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 11/08/2010

**FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**

**FEC. INSCRIPCION:** 11/08/2010

**FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIAS

**DOMICILIO TRIBUTARIO:**

Provincia: COTOPAXI Cantón: SALCEDO Parroquia: SAN MIGUEL Calle: GONZALEZ SUAREZ Número: 26-05 Intersección: VICENTE LEON Referencia: BARRIO NORTE, A UNA CUADRA DEL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS Teléfono: 032726638

**DOMICILIO ESPECIAL:**

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

\* REGIMEN SIMPLIFICADO

ACTIVIDADES DE HOTELES Y RESTAURANTES

Cuota mensual a pagar: 5

El valor de su cuota final será la sumatoria de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC.

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:</b>	del 001 al 001	<b>ABIERTOS:</b>	1
<b>JURISDICCION:</b>	\ REGIONAL CENTRO \ COTOPAXI	<b>CERRADOS:</b>	0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: MJVR010808

Lugar de emisión: LATACUNGA/CALLE SANCHEZ Fecha y hora: 11/08/2010



## REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



**NUMERO RUC:** 0602861171001  
**APELLIDOS Y NOMBRES:** VINUEZA MORA ROSA ALEXANDRA

**ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:**

<b>No. ESTABLECIMIENTO:</b> 001	<b>ESTADO</b> ABIERTO MATRIZ	<b>FEC. INICIO ACT.</b> 11/08/2010
<b>NOMBRE COMERCIAL:</b>		<b>FEC. CIERRE:</b>
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS:</b>		<b>FEC. REINICIO:</b>
VENTA DE COMIDAS Y BEBIDAS EN PICANTERIAS		

**DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:**

Provincia: COTOPAXI Cantón: SALCEDO Parroquia: SAN MIGUEL Barrio: NORTE Calle: GONZALEZ SUAREZ Número: 26-05  
Intersección: VICENTE LEON Referencia: A UNA GUADRA DEL COLEGIO SAN FRANCISCO DE ASIS Telefono Domicilio:  
032726638

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: M.NVR010808

Lugar de emisión: LATACUNGA/CALLE SANCHEZ Fecha y hora: 11/08/2010

Página 2 de 2

**SRI.gov.ec**