

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

*Facultad de Turismo y Patrimonio Cultural*

*Carrera de Administración y Dirección de Empresas*

*Turísticas*

*Historia de la Restauración y la Gastronomía en el*

*Ecuador*

**TESIS DE GRADO**

**JAVIER PAREDES LARREA**

**AÑO: 1996-1997**

**QUITO – ECUADOR**

# ***INDICE***

***DEDICATORIA***

***AGRADECIMIENTO***

***INTRODUCCION***

***OBJETIVOS***

***METODOLOGIA***

***HIPOTESIS***

***DELIMITACION DEL TEMA***

***JUSTIFICACION***

***BIBLIOGRAFIA***

## ***CAPITULO I***

### ***1. ANTECEDENTES HISTORIOS***

|                                          |          |
|------------------------------------------|----------|
| <i>1.1 A Nivel Mundial</i>               | <i>1</i> |
| <i>1.2 A Nivel de la Ciudad de Quito</i> | <i>8</i> |

## ***CAPITULO II***

### ***2 GENERALIDADES***

|                                                        |           |
|--------------------------------------------------------|-----------|
| <i>2.1 Concepto de Restaurante</i>                     | <i>35</i> |
| <i>2.1.2 Clases de Restaurantes</i>                    | <i>35</i> |
| <i>2.1.3 Requisitos Necesarios de todo Restaurante</i> | <i>37</i> |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>2.2 Principales características de los Restaurantes de Comida Rápida</i> | 39 |
| <i>2.3 Definición de Comida Rápida</i>                                      | 39 |
| <i>2.4 Objetivos de las Comidas Rápidas</i>                                 | 40 |

### **CAPITULO III**

|                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>3. SELECCION DE LAS EMPRESAS A SER ANALIZADAS EN EL PRESENTE TRABAJO</b>                             | 41 |
| <i>3.1 Listado de los Principales Restaurantes de Comida Rápida que funcionan en la Ciudad de Quito</i> | 41 |
| <i>3.1.1 Criterios de Selección</i>                                                                     | 58 |
| <i>3.1.2 Número de locales en la Ciudad de Quito</i>                                                    | 58 |
| <i>3.1.3 Variedad de Productos que ofertan</i>                                                          | 58 |
| <i>3.1.4 Capacidad Instalada</i>                                                                        | 59 |
| <i>3.1.5 Disponibilidad o no de Servicio a Domicilio</i>                                                | 59 |
| <i>3.2 Determinación de las Empresas a ser Analizadas</i>                                               | 59 |
| <i>3.3 Listado de las Empresas Motivo de la primera Selección</i>                                       | 60 |
| <i>3.4 Justificación de las Empresas a ser Analizadas en el Presente Trabajo</i>                        | 69 |
| <i>3.4.1 Pizzerías</i>                                                                                  | 69 |

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.4.2 Hamburguesas                                                                      | 70 |
| 3.4.3 Sanduches                                                                         | 70 |
| 3.4.4 Pollo Asado                                                                       | 71 |
| 3.4.5 Pollo Brosterizado                                                                | 71 |
| 3.4.6 Donut's                                                                           | 71 |
| 3.4.7 Ceviches                                                                          | 72 |
| 3.4.8 Comidas Chinas                                                                    | 72 |
| 3.5 Distribución Geográfica de los Principales Restaurantes de Comidas Rápidas en Quito | 74 |

## **CAPITULO IV**

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>4. LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACION</b>                                             | <b>75</b> |
| <b>ESTADISTICA</b>                                                                    |           |
| 4.1 Importancia de la Estadística como Herramientas de Investigación                  | 75        |
| 4.2 Alcance e importancia de la Encuesta en el Mundo Moderno                          | 76        |
| 4.3 Diseño de las Encuestas a ser Realizadas                                          | 77        |
| 4.3.1 Muestra de la primera encuesta a ser realizada a Nivel Gerencial Administrativo | 78        |

|                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>4.3.2 Datos Obtenidos de las Encuestas.</i>                                               | 80  |
| <i>4.3.3 Gráficos de las Encuestas Realizadas a Nivel Gerencial y Administrativo</i>         | 83  |
| <i>4.3.4 Conclusiones de las Encuestas realizadas al Personal Gerencial Administrativo.</i>  | 93  |
| <i>4.3.5 Diseño de las Encuesta a ser realizada al Personal de Entrega a Domicilio</i>       | 96  |
| <i>4.3.6 Datos Obtenidos de las Encuestas Realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.</i> | 98  |
| <i>4.3.7 Gráficos de las Encuestas Realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.</i>        | 99  |
| <i>4.3.8 Conclusiones de las Encuestas realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.</i>    | 105 |

## **ANEXOS**

## **CONCLUSIONES**

## **RECOMENDACIONES**

## **BIBLIOGRAFIA**

## **GLOSARIO**

## ***DEDICATORIA***

*A mi Padre, amigo incondicional quien estuvo presente en todos los momentos de mi vida y cuya presencia me hace mucha falta hoy.*

*A mi Madre, quien me brindó su confianza, apoyo y amor incondicional todo este tiempo.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi agradecimiento profundo a todas aquellas personas que hicieron posible la elaboración de esta Tesis. En especial al Dr. Roberto Ruiz, amigo y consejero académico; al Dr. Enrique Dávalos, Director, que con cordialidad y empeño supervisó la realización de mi tesis; al Sr. Marcelo Naranjo, que compartió conmigo sus valiosos conocimientos y amistad.*

*A Gaby S. que fue mi inspiración para superarme y que siempre estuvo incluida en mis sueños.*

*A Dios, que guió cada paso que di y que no me desamparó ni un solo instante, hasta la culminación del presente trabajo.*

## **INTRODUCCION**

*Partiendo del concepto general de lo que se entiende por Gastronomía, "Conjunto de conocimientos y actividades relacionadas con el buen comer", esta Tesis tratará de desarrollar la historia y coleccionar los datos más reales de lo que como Gastronomía y Restauración se vive actualmente en Ecuador, tomando como referencia lo ocurrido en Quito, Capital de la República.*

*Si bien es cierto que desde su fundación se tienen datos de las dos corrientes gastronómicas que existían en la incipiente República, es también cierto que las costumbres e incidencias que las culturas que pasaron por el país, dejaron introducidas sus comidas típicas, lo que ahora describimos como comida aborígen que luego de la conquista española se convirtió en cocina criolla, siendo fruto de varios miles de años de experiencia empírica de incorporación de nuevos alimentos y especias, tanto de las nativas cuanto de las que los europeos trajeron al Nuevo Mundo. A todo ello se agrega en los últimos lustros una serie de productos agroindustriales y algunos hasta exóticos.*

*La modernidad, junto con el mercantilismo y comercialismo que todos los pueblos del mundo viven en este Siglo y peor ahora en los*

*inicios del Siglo XXI , hacen imposible mantener viva la tradición culinaria en este mundo que transita tan aceleradamente y que se alimenta del primer sanduche o emparedado que se encuentre a la mano, por lo que se ha dado como resultado el quge e incremento de los servicios de Comida Rápida.*

*Estos servicios, centros, restaurantes y comedores que la evolución de nuestros pueblos han activado, hacen que sean los de mayor aceptación y consumo por parte de nuestra gente, sean estos de cualquier clase social y económica.*

*Quien goza de recursos económicos puede ser exigente en sus gustos gastronómicos. El ciudadano medio puede darse, en forma ocasional el lujo de escoger platos y para el de limitados recursos no es problema educar el gusto, es la disyuntiva entre sobrevivir comiendo lo que pueda o morir de hambre o desnutrición como acontece en una proporción alarmantemente grande en especial entre los niños del mundo subdesarrollado.*

*“La comida de un pueblo és esencial y es básica para ese pueblo; es uno de los factores que nos une, que nos hacen quienes somos”.*

*Esta célebre frase para quienes estudiamos estos capítulos en nuestra vida, hace que la tomemos como propia y tratemos de conservarla,*

*propagarla e inculcarla en nuestros hogares y con quien nos relacionamos. Este lema viene a entorpecerse de forma total con los avances de la tecnología y los sistemas de vida de los pueblos que no pueden dejar de introducir en su mundo los avances tecnológicos y lo que es peor, las grandes cadenas de comercialización de productos alimenticios, que en el Ecuador se han introducido de manera espectacular. A esto se agregan las condiciones de pobreza que los países tercermundistas mantenemos, por lo que somos presa fácil para los grandes comercializadores de alimentos, sean extranjeros o propios.*

*La industrialización que vivimos en nuestros pueblos para no desentonar con los avances del Siglo, hace que nuestra gente tenga que dejar a un lado las tradiciones y costumbres por falta de tiempo, para dedicarse a ingerir alimentos industrializados de rápida preparación, dando a estos negocios la preponderancia que al momento llevan, tanto que creemos conveniente basar en ellos el mayor porcentaje de este estudio, tomando como muestra real y demostrativa el auge de instalación de los negocios de **Comida Rápida**, sean estos pertenecientes a cadenas, franquicia o particulares. Todo esto sin dejar de mencionar lo importante que*

*significa para un pueblo el retomar las costumbres y gastronomía tradicional, que solo hará bien a su gente tanto en gusto, salud y bienestar.*

## **OBJETIVOS**

### **Generales:**

*Poner al alcance de la Facultad de Turismo un documento que es el resultado de una investigación seria sobre la realidad actual de la restauración en la ciudad de Quito, en el aspecto particular de las “Comidas Rápidas”, el mismo que se espera sirva para referencia de futuras investigaciones sobre la gastronomía en el Ecuador.*

### **Específicos:**

*Facilitar futuras investigaciones sobre este dinámico aspecto de la gastronomía, el mismo que se piensa tendrá un más acentuado desarrollo en las próximas décadas.*

*Poner en evidencia el grado de desarrollo y tecnificación de esta moderna faceta de la gastronomía.*

## **METODOLOGIA**

*La forma de desarrollo del presente tema, se hará en base al método de investigación histórica en la parte referente a la recopilación de información existente sobre la historia de la restauración en general de la ciudad de Quito, así como también se utilizará el método científico, el mismo que está destinado a comprobar o refutar la hipótesis planteada mediante encuestas, conclusiones, etc.*

*Las técnicas que se utilizarán son: Documental y de Trabajo de Campo.*

### **Documental:**

*Consiste en una recopilación Bibliográfica de artículos y ensayos que sobre el tema de la gastronomía y restauración se encuentran a disposición en el mercado local. La misma constituirá la base que guiará el trabajo de campo.*

### **Trabajo de Campo:**

*Se llevará a cabo en el personal de mandos medios y de base a las empresas que han sido seleccionadas como representativas de cada línea de producción, mediante el levantamiento de encuestas y entrevistas.*

## ***HIPOTESIS***

*Es la restauración a nivel de “Comidas Rápidas” un rubro de la gastronomía ecuatoriana, un hecho aislado o es una consecuencia lógica de las condiciones socio - económicas de la sociedad moderna.*

## **DELIMITACION DEL TEMA**

*El desarrollo de la presente Tesis se va a circunscribir al análisis e investigación del desarrollo histórico que a nivel de la ciudad de Quito ha tenido este aspecto de la restauración y gastronomía llamado "Comidas Rápidas", para lo cual se realizará una labor de campo consistente en el levantamiento de información a nivel general de los principales centros de Comida Rápida que, justifiquen su inclusión en el análisis, ya sea por el tamaño de la empresa o su capacidad de atención al público. Posteriormente se realizará una selección más rigurosa de las empresas más representativas en cada ramo de la actividad culinaria, a las mismas que se procederá a evaluar mediante la elaboración de dos tipos de encuestas, tanto a nivel gerencial, como de personal de base, para finalmente y en base a la información recopilada producir un documento que sirva como referencia para futuras investigaciones en este campo.*

## **JUSTIFICACION**

*La historia de la gastronomía en el Ecuador es rica y muy variada, lo cual hace que su campo de investigación sea muy amplio, ya que, desde la época precolombina los grandes centros urbanos ya tenían un organizado sistema de alimentación pública, lo que posteriormente en la época moderna se conocerá como restauración y gastronomía.*

*Con la llegada de los españoles y su propia cultura gastronómica, se produce una adaptación de sus usos y costumbres a las de esta tierra, incluso hubieron grandes cambios en su gastronomía debido a la inclusión en su dieta de productos tan nuevos y desconocidos para ellos como la papa o patata. Es aquí donde a más de producirse una mezcla de razas y costumbres también en el aspecto gastronómico se produce una gastronomía mixta, fruto de esta mezcla que es la que a lo largo de los años se irá perfeccionando hasta tener una identidad propia, como muestra de ello tenemos el hispano plato llamado "Callos a la Madrileña" y su hermano mestizo en tierras de Quito de*

*nombre "Caldo de patas". Es decir que la historia gastronómica en el Ecuador es muy variada y difícil de ser abarcada en uno o varios ensayos investigativos, razón por la cual en el presente trabajo se analizará mas bien, un matiz moderno de dicha gastronomía como son las Comidas Rápidas.*

## ***BIBLIOGRAFÍA***

- AMÉRICA ECONÓMICA, Franquicias: Gerencia Rápida , Número 87, Septiembre de 1.994
- ANUARIO TURÍSTICO, Quito, Número 17, 1.994
- CANO COBOS Alejandro, Principios de Investigación, Quito, Editorial Universitaria, 1.986
- COMPTOP'S INTERACTIVE ENCYCLOPEDIA, Franchise Fast Food, Copyright 1.993-1995
- COSAS, Franquicias : Nuevo estilo Gerencial, Freire Juan Francisco, Número 41, Agosto de 1.997 , pp. 70
- CHEF CARTA GASTRONÓMICA, Los Mejores Restaurantes, Número 2. 1987
- EKOS, Como Manejar con Éxito su Propio Restaurante, Número 14, Octubre de 1.994
- EKOS, Fast, Fast, Food, Número 27, Abril de 1.994
- ESCUELA DALY DE HOSTELERÍA Y TURISMO, Servicio de Comedor, Editorial Daly, S.
- FRANCHISE, Oportunite Guide, Número 58, 1.996
- FRIED, Michell O. Comidas del Ecuador, Quinta Edición, Quito, 1993

- GONZÁLEZ CAVIDO, La Experiencia de las Franquicias, Editorial Mc. Graw-Hill, primera Edición México 1.994
- LUNDERBERG, Donald E. , Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes, España, Editorial Océano, Cuarta Edición, Quito, 11.986
- MASON Robert D., Estadística para Administración y Economía, México, Editorial, S.A., 1992
- INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR, Plano Guía, 1.997
- OCÉANO UNO. Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Editorial Océano, 1.994

# **CAPITULO I**

## **1. ANTECEDENTES HISTORICOS**

### **1.1 A Nivel Mundial.**

*Cuando hablamos de las salidas a comer fuera de casa, podemos decir con seguridad que estas se remontan a un tiempo bastante lejano, pues de acuerdo a la historia conocemos que desde el año 1.700 a.J.C. habían ya ciertos lugares a los que les llamaban **Tabernas** y eran sitios exclusivamente para hombres y no fue sino hasta el año 402 a.J.C en que las mujeres tuvieron acceso a las mismas. Estos lugares podían ser frecuentados por niños en compañía de sus padres, pero las niñas tenían prohibida la entrada hasta que contrajeran matrimonio.*

*Existen pruebas de que en Egipto en el año 512 ya había un comedor público, dicho comedor ofrecía un menú muy reducido, este consistía en una porción de cereal, aves salvajes y cebolla. Se sabe también que los egipcios consumían diariamente una serie de alimentos especiales como son: guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechuga, endibias, rábanos, cebollas, puerros, grasa de tipo animal y vegetal,*

*carne, miel, dátiles y una gran cantidad de leche, queso y mantequilla, lo que nos hace pensar que pudieron haber existido otros comedores similares.*

*Por medio de la historia conocemos que en Roma las personas tenían el hábito de salir a comer, ya que en HERCULANO, que es una ciudad que se encuentra cerca de Nápoles, ( y que en el año 79 d. J.C. fue afectada por la erupción del Volcán Vesubio cubriéndose de lava y barro ), se pudo comprobar que en sus calles había un gran número de bares donde se servían pan, quesos, nueces, vino, dátiles, higos y comidas calientes.*

*Los mostradores estaban recubiertos de mármol y también tenían unas vasijas donde el vino podía mantenerse fresco. Se servía también vino caliente con especias y por lo general se lo endulzaba con miel.*

*Por el gran parecido de estas cantinas daban la impresión de formar parte de una gran cadena que era manejada por un solo propietario .*

*Cerca de estas cantinas se encontraron panaderías, donde se sabe, se molían granos y que la pastelería era su fuerte. Para la preparación de estos utilizaban moldes de bronce y los tamaños variaban entre diez y quince centímetros . Con la caída del Imperio Romano, la gente salía a comer a las Posadas o Tabernas, para el año 1.200 ya*

*existían las casas de comidas en Londres, París y otros sitios donde se podía comprar platos preparados.*

*En Oxford, en el año de 1,650 ya existían cafeterías y siete años más tarde aparecieron en Londres. Estas constituyen el antepasado de nuestros restaurantes y en ese tiempo el café se consideraba como un antídoto eficiente para curar la gripe, los malestares estomacales , y otros males que les afectaba. Así como también contribuía para tener una buena digestión.*

*Etimológicamente : la palabra cafetería proviene del francés “café” y la popularidad de éstas se pudo apreciar en la América Colonial.*

*El establecimiento que es considerado como el primer restaurante, fue “ El Champs d’ Oiseau ” cuyo dueño fue el Chef Monsieur Boulanger, este restaurante se abrió en Francia en el año 1.765 y se inauguró ofreciendo una sopa a la que la llamó “le restaurant divin” que quiere decir su ”restaurador divino”, era una mezcla de vegetales y hiervas amargas.*

*Esta sopa atrajo la atención de la clase social más alta de Francia; a pesar de que los franceses no estaban acostumbrados a frecuentar lugares públicos, poco a poco este restaurante se fue convirtiendo en*

*un lugar muy exclusivo, razón por la cual, Boulanger incrementó sin perder tiempo su menú y amplió notablemente su negocio.*

*Se puede decir que Boulanger introdujo la palabra “Restaurante”, pues a poco tiempo de esto, los chefs más destacados dejaron de trabajar para familias privadas con el fin de iniciarse en el negocio de la restauración poniéndose su propio negocio o bien trabajando para un grupo de pequeños empresarios llamados los “Restauradores”.*

*Después de la Revolución francesa y con la llegada de los refugiados a los Estados Unidos se fundó lo que fue considerado como el primer restaurante francés en el año de 1.794 con el nombre de” Julien’s Restorator”, allí servían trufas, fondues de queso y sopas, sin lugar a dudas la influencia francesa fue decisiva en la cocina americana.*

*El Restaurante que generalmente se considera el primero en los Estados Unidos es el “Delmonico”. Fundado en 1.827 en Nueva York y que funciona hasta hoy.*

*Este fue abierto por los señores Atwood y Bacon y representa un ejemplo de lo que son los restaurantes dirigidos por familias que con su empeño y decisión los convirtieron en lo mejor de la cocina franco americana.*

*El restaurante "Delmonico" fue el primero en imprimir las cartas de menús en francés e inglés y llegó a ofrecer 371 platos distintos en su carta, de allí salieron los mejores chefs de ese tiempo.*

*Vale la pena acotar como parte de esta reseña el presente pensamiento de BRILLAT-SAVARIN:*

*1*

*"El placer de la buena mesa, pertenece a todos los tiempos y a todas las edades, a cada país y a cada día, y aunque va de la mano de todos nuestros placeres, los sobrevive y perdura para consolarnos por su pérdida".*

*Y respecto a los restaurantes de comida rápida, se sabe también que no son nada nuevo ya que los antiguos romanos estaban acostumbrados a servirse comidas al instante, en forma eficaz y bien caliente en Pompeya y Herculano y este sistema también se utilizaba en los restaurantes de servicio automático de Filadelfia y Nueva York y los restaurantes de carretera.*

*Pero no fue sino hasta la década de lo<sup>2</sup>s 60 cuando los restaurantes de*

---

<sup>1</sup>Lunderberg, Donald E. Manual de Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes. España Edt. Océano. 1986

*Comida Rápida se convirtieron en el fenómeno más grande de la restauración.*

*Pues se considera a la hamburguesa como el símbolo de este tipo de negocio y es así que se la elogiado y se la ha tratado con la publicidad más inteligente. La hamburguesa que hasta 1.930 era poco conocida ha recorrido un largo trayecto hasta el día de hoy.*

*La palabra hamburguesa propiamente dicha se remonta a la época medieval cuando los comerciantes de la ciudad de Hamburgo que viajaban por las áreas Bálticas adoptaron de los Tártaros el hábito de comer carne cruda, la carne a la Tártaro se la conoce todavía en muchos países.*

*Más tarde la hamburguesa se comenzó a cocinar y fue introducida a los Estados Unidos por inmigrantes y marineros alemanes.*

*En el año 1.888 un médico inglés llamado J.H. Salisbury promocionó una variante de la hamburguesa como una comida inimitable e insuperable que curaba muchas enfermedades, incluyendo la colitis, el reumatismo, la gota y el endurecimiento de las arterias. Salisbury lo llamó bistec a la Salisbury.*

*Ninguna comida antes ha sido tan atendida como la hamburguesa ya que, muchas personas han examinado todas las posibilidades para*

*mejorarla y darle su punto justo. Entre los diferentes estudios que se han realizado acerca de las hamburguesas tenemos los siguientes:*

- Si es mejor que se la cocine a la plancha o al carbón.*
- Si debe o no llevar tomate.*
- Que tipo de lechuga es la adecuada.*
- Si se la debe aderezar con mayonesa y cebolla.*
- Si es mejor el pan de semilla de sésamo o de otro tipo.*
- Si es mejor prepararla al momento o ya tenerla lista.*
- Cuál es el porcentaje óptimo para la carne, el 18% o 20% ?*
- Si la carne debe ser solo de lomo o de cualquier otro trozo del animal.*
- Cuál es la cantidad óptima de aderezos de la carne y si debe o no usar la carne del cuello del animal ?*

*Aunque la hamburguesa es tomada en cuenta como la reina de los restaurantes de comida rápida, las otras comidas que forman parte de la corte y que también se las ha tratado de una manera similar han sido; el pollo frito, las patatas fritas y en algunos sitios también la comida mexicana como el burrito y el taco.*

*Por otro lado es importante decir que los restaurantes de comida rápida con aparcamiento y servicio para el auto incluido, aparecieron partir de la década de los 60 y todavía siguen expandiéndose.*

## **1.2 A Nivel de la Ciudad de Quito.**

*Quito, Capital del Ecuador de corte netamente Colonial, ubicada a trece kilómetros de latitud sur de la Línea Equinoccial y a 2.850 metros sobre el nivel del mar, es donde quizás menos se note el paso del tiempo, especialmente en su parte más antigua, es por esta razón que en 1.972 fue designada por la UNESCO como “ **PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD**”.*

*Esto sin embargo no ha impedido su enorme crecimiento poblacional y urbano hacia el norte de la ciudad, con una arquitectura moderna y futurista de amplias avenidas y poblada de modernos edificios, donde Hoteles y Centros Comerciales pululan por doquier, y como es lógico, claro está, se encuentran en abundancia elegantes y bien dotados restaurantes.*

*La historia de sus restaurantes se ha venido dando de forma ordenada partiendo del año 1.808 que fue cuando se compró lo que se considera la primera heladería de Quito, llamada San Agustín, y cuya fundadora fue **Doña Juana Torres**. Este establecimiento que a través*

*del tiempo ha venido encerrando entrañables recuerdos, para quienes por el han pasado, se encuentra enclavado en el corazón mismo de la urbe a cuadra y media del Parque de la Independencia y frente al Templo Colonial San Agustín. Es muy raro encontrar a una persona de esta franciscana ciudad que no haya saboreado y disfrutado los helados de paila y el salpicón en esta tradicional heladería.*

*Dicho establecimiento es muy reconocido también por sus deliciosas pastas que tienen nombres tan antiguos como la heladería misma y que han sido saboreadas por muchas generaciones de quiteños importantes y de tradición social en Quito como: los encopetados quiteños con sus tradicionales capas, sus cocos finos y sus trajes de la época.*

*En San Agustín se llevaron a cabo conversaciones entre cholos y nobles que se instalaban bien cómodos a saborear su delicioso salpicón. Es decir que hace más de una centuria, la democracia bien entendida tuvo una participación importante en esta heladería, en la que se codearon todas las clases sociales, las ideologías de todos los gustos y de todas las clases.*

*Entre las personalidades que han pasado por este establecimiento cabe nombrar al General: Juan Francisco Navarro, al General*

*Leonidas Plaza, a Galo Plaza y su esposa y a Don Jacinto Jijón entre los más importantes.*

*San Agustín aparte de su servicio de mesa, también atendía a las embajadas, cuando tenía la oportunidad de hacerlo, es decir; que desde esa época ya se realizaba el servicio a domicilio.*

*Es importante recalcar que San Agustín se ha mantenido desde su creación hasta nuestros días y su participación es todavía muy buena en el mercado y han aumentado nuevos platos al menú.*

*Posteriormente, en el año 1.919 se abrió el bar-restaurant "Europa", que estaba ubicado en la Plaza Grande. Este se caracterizaba porque sus clientes podían disfrutar de platos variados y como complemento, el establecimiento ofrecía un espectáculo de box.*

*En Quito los restaurantes no eran muy comunes y esto se debía a que la gente se cuidaba mucho del que dirán y los pocos establecimientos que habían de esta clase pertenecían a familias, es decir; que su dirección no se la realizaba desde el punto de vista profesional sino mas bien familiar.*

*En el año de 1.920 en Machachi se abrió el **Hotel Tesalia** que contaba con un buen restaurante y los habitantes de Quito solían ir a comer con su familia los sábados y domingos.*

*Es en la década de los años 20 en que el país recibe un notable flujo de inmigrantes, muchos de ellos de Europa, los cuales además de traer sus costumbres e influencias a una urbe tan pequeña como la de Quito, creó a su vez la necesidad de satisfacer ciertas necesidades culinarias; las cuales en Europa y Norte América eran ya de uso corriente. Es por ello que en 1.924 y en respuesta a la demanda de un mejor servicio gastronómico se inaugura el **“Hotel Metropolitano”**, el mismo que en poco tiempo adquiere fama y reconocimiento de la urbe porque su bien surtido comedor de nombre **“Las Palmas”** estaba provisto de un delicioso y variado menú, lo cual unido a su excelente ubicación en el Centro Histórico de Quito, es decir; en la mismísima Plaza de la Independencia hizo realmente el acontecimiento de la época. Cabe resaltar que el famoso Hotel Metropolitano fue iniciativa de un extranjero de origen árabe.*

*Actualmente en dicho lugar funciona el prestigioso Restaurante **“La Cueva del Oso”**.*

*En ese mismo año (1.924 ) se inauguró el “**Hotel Savoy**” que estaba ubicado en la Calle Chile en el Centro de Quito y también contaba con servicio de restaurante.*

*Por los prejuicios sociales de la época este tipo de negocios se dedicaban exclusivamente a la comida internacional.*

*Mas adelante en el año 1.925, abrió sus puertas al público un restaurante llamado La “Casa Amarilla”, el mismo que se encontraba cerca del Parque “**El Ejido**” y pertenecía a la familia Maya. Sus días de mayor concurrencia eran los domingos, ya que, las personas que salían del tradicional Estadio del **Arbolito** después de los partidos de fútbol saciaban su apetito en el mencionado comedor y a la vez disfrutaban de la atracción local que estaba a cargo del recordado Colorado Maya, destacado jugador de fútbol de la localidad e hijo de los propietarios de dicho comedor. Lo cual como es lógico pensar acrecentaba la clientela.*

*Es importante mencionar la existencia del Restaurante “Spring Garden” vulgarmente conocido como **El Santuario del Llapingacho**, **El Hornado**, **El Mayorca** y La Cerveza Victoria. El mismo que contaba con su clientela establecida y entre ellos El Ñato Recalde, gloria del ciclismo de la ciudad de Quito.*

*En esta misma época se abrió un salón de tipo informal de comida criolla llamado “**Las Huacas**” y que por tradición y cariño se lo conoce hoy en día como Las Huaquitas. Sus propietarios son el Sr. Joselino Guerra y su esposa Encarnación Chávez. En sus inicios vendían comida criolla como el caucara, chicha, tostado, chochos, tortillas y hornado los sábados y domingos. Con el pasar de los años se aumentaron otros platos como el caldo de patas, las fritadas, la guatita, etc.*

*En la década de los 30 surgieron restaurantes muy recordados como “**La Mama Miche**” ubicado en la Plaza Marín, cuya especialidad era servir caldo de gallina en la madrugada para los farristas quiteños.*

*En esa misma época (1.930) con el inicio del transporte férreo que fue un gran medio de comunicación, se inauguró en la Estación de Chimbacalle, el “**Hotel Estación**” que contaba con un buen servicio de comedor. Durante el auge ferroviario este lugar tuvo una gran acogida.*

*También se abrió el restaurante “La Casa Azul”, famoso por su comida típica y su asociación de empleados fueron los que innovaron*

*el servicio de comida por la compra de un abono mensual por el valor de 60 sucres.*

*Estos lugares fueron muy frecuentados por la gente de ese entonces.*

*En 1.936 por primera vez en Quito se abrieron los **Night Clubs**, lugares muy distinguidos que aparte de los shows contaban con un servicio de restaurante de comida internacional muy buena, entre los más destacados y recordados podemos nombrar: al **Wonder Bar** y **Ermitage**.*

*Con la llegada de judíos y alemanes en 1.938, surgió el negocio judío de la salchicha que hoy en día se la conoce como el “**Perro caliente**”, al mismo tiempo se abrió el primer restaurante de comida alemana llamado “**El Salón Grabin**”.*

*En esta misma década (1.940), se inaugura el “**Hotel Colón**” que contaba con un restaurante que se lo catalogaba como bueno por su servicio y su comida. Esta ubicado en la Avenida Patria y Amazonas esquina, sin duda este hotel siempre ha sido muy significativo para el Ecuador y más ahora que por un convenio internacional pasó a formar parte de la gran cadena de hoteles Hilton, pasando al nombre de Hilton Colón.*

*Un año más tarde se abrió el Casino “Patio Andaluz”, el mismo que ofrecía comida internacional y además era considerado casino de lujo para esa época. Los concurrentes tenían que asistir vestidos de etiqueta.*

*En 1.942 empezó a funcionar el Night Club “Alibaba” que se caracterizó por sus fabulosos shows y su servicio de restaurante.*

*En 1.946 se inician otros restaurantes muy prestigiosos de comida internacional, como el “Epicur” y el primer restaurante de comida exclusivamente francesa, “Normandy” que continúa funcionando hasta el día de hoy.*

*A principios de 1.950 se abre una amplia gama de restaurantes como :*

- La Cabaña de Víctor Garzón, ubicada en la calle Guayaquil.*
- La Lonchería Italiana de Hattle, también en la calle Guayaquil.*
- Salón Florida de Juan Manuel Acuña ubicado en la Av. 10 de Agosto.*
- Salón Londres de Concepción Zambrano, ubicado en la Calle Loja.*
- Restaurante Italia de Alicia Zambrano, ubicado en la Calle Olmedo.*
- El Rosal, de Nelson Paz y Miño, ubicado en la Calle Cuenca.*

*Comedor Municipal número dos, ubicado en la estación del*

*estación del ferrocarril.*

*También se deben mencionar otros restaurantes como: Ecuador, Esplanada, Jordán, Trianón, entre otros.*

*Por los años 60 se abrieron salones como la “Cueva de Luis Candelas” que estaba catalogado de primera y en la actualidad se lo va a volver a inaugurar.*

*“El Delmónicos Restaurante” pertenece a la familia León Villalba y desde 1.967 se ha dedicado a la Gastronomía Internacional, está ubicado en una antigua casa del sector La Pradera y en la actualidad el “Delmónicos” está asesorado por dos destacados chefs, quienes ofrecen una carta Internacional Clásica.*

*En ese mismo año(1.960) nació la casa de banquetes “El Castrillón” que ofrecía el mismo servicio de la Mama Miche en los años 30, ubicado en la Avenida Eloy Alfaro y Andrés Coremo, desde sus inicios ha sido reconocido por ser uno de los pioneros en realizar eventos en sus instalaciones para una infinidad de parejas, organizaciones y para quienes necesitaren realizar cualquier tipo de evento social.*

*Esta década fue de gran crecimiento para los restaurantes en esta Ciudad, debido a que ya que hubo un surgimiento de locales especializados en diferentes comidas como: la comida china, francesa,*

italiana, alemana, española y comidas nacionales de cada región del país. Si bien es cierto el hecho de que se abrieron establecimientos que tenían como objetivo satisfacer las necesidades de los comensales quiteños, también tenemos que decir que el pensamiento de esta sociedad era aún muy cerrado y celoso en el sentido de que estaba mal visto el hecho de que las mujeres fumen o hagan mucha vida social. Y esto se dio por la idiosincrasia de los habitantes de esta Ciudad, inculcados por la enseñanza de sus antepasados que eran muy conservadores en este sentido.

Esto sin duda fue un impedimento para el florecimiento de la restauración.

Cuando se dio el **Boom del petróleo** por la década de los setenta, muchos aspectos cambiaron en el Ecuador, uno de estos fue el cambio de tipo social que de pronto dio un giro notable en el comportamiento y el pensamiento de la gente. No fue sino hasta esta década que el negocio comercial de los restaurantes prosperó notablemente, ya que, muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas, y también muchas mujeres empezaron a trabajar, lo que les obligaba a comer fuera de sus hogares.

*Paralelamente al crecimiento de las ventas que se daban por establecimiento, crecía la ambición de los empresarios y no fue sino hasta esta década 70 en que empezaron a surgir cada vez más los restaurantes de excelente reputación y muchos de ellos sobreviven hasta hoy en día. Entre los restaurantes que nacieron en Quito podemos nombrar al **“Tártaro”** que tuvo una sucursal llamada la **“Terraza del Tártaro”** que empezó a tener gran acogida a partir del año 1.975 en adelante. También encontramos **“El Limonar”**, cuyo propietario era el señor Juan Rodríguez y se especializaban en comida internacional.*

***“El Escalibur”**, ubicado en la Calama y Juan León Mera esquina cuyo propietario era el Señor Staling Polit quien se dedicaba a la comida internacional y también era muy reconocido, al morir su fundador este pasó a manos de su viuda, pero el negocio ya no fue lo mismo pues no contaba con los detalles y la preocupación de su creador.*

***“El Jet - Set”** era otro restaurante donde iba a comer la gente de la alta sociedad de Quito ( en su época ).*

***“El ( R.M. ) Restaurante Manhattan”** del Señor Juan Chávez estaba situado frente al Tribunal Supremo Electoral, en un local muy lindo*

que tenía un balcón con una vista hermosa, su especialidad era la comida Nacional e Internacional, se caracterizó porque aparte de su servicio de mesas también ofrecía banquetes, recepciones y bufetes.

En el Ecuador siempre ha existido la influencia de los restaurantes de comida extranjera, a continuación nombramos algunos de ellos:

**“ Los Faroles ”** cuya especialidad era la comida española, fue manejado por un español que era su propietario, fue un restaurante muy nombrado en su época pero luego desapareció.

**“La Costa Vasca”** fue otro restaurante dedicado a la comida española, nació en la Reina Victoria y Pinto, posteriormente se trasladó a la Nueve de Octubre y en la actualidad se lo conoce como la Cocina Vasca. Este restaurante tuvo mucho éxito pero al ser comprado por sus empleados y empezó a decaer.

En el año de 1.976 nace el tradicional restaurante **“Rincón de Francia”** que creció como la mayoría de los restaurantes en Quito conducido al principio como un negocio familiar que, según su propietaria Azucena Aragón nos contó; al comienzo, era un restaurante muy pequeño, contaba únicamente con lo indispensable para trabajar. Todo el dinero fue invertido para equipar la cocina, que consideraron como el elemento más importante, esta era

*elegante, con mucha comodidad, pensaban que si estaba en perfectas condiciones el resto no era tan importante. Así el concepto era el de un negocio muy sencillo, pero los primeros clientes se encargaron de correr la voz de que ahí se comía muy bien. Su dueña nos contó de que el éxito que ha tenido su negocio se debe principalmente a la calidad de sus productos. Y es por eso que ella siempre ha estado preocupada por el manejo adecuado de los productos, comprando cosas frescas y procurando que sea lo necesario para no tener que guardarlo. ella siempre se ha encargado de hacer las compras y los clientes han esperado siempre que sea ella quien les atienda personalmente. “ Todos somos humanos en búsqueda de calor humano”, ha subrayado Azucena Aragón. También ha señalado que para que un restaurante salga adelante sus empleados deben aplicar el lema de que <sup>3</sup>“el cliente siempre tiene la razón ( así no la tenga ) y que estos factores en conjunto han sido y seguirán siendo la base exitosa del “ Rincón de Francia”.*

*En el año 1.983 nace el Restaurante “ **Shorton Grill Steak House**”, que tuvo su primer local en la Calama y Juan León Mera y posteriormente se trasladaron a la Calama y Almagro. Desde sus*

---

<sup>3</sup> EKOS. Como Manejar con Exito su Propio Restaurante N. 207 .

*inicios este restaurante tuvo gran acogida en sus especialidades Steak House que le dieron la autoridad para preparar las mejores carnes a la parrilla en diferentes modalidades internacionales. Su propietario el Señor Esteban Díaz cuenta que en el año de 1.993 le entregaron un diploma en el que lo nominaban como el mejor restaurante en su especialidad. Este premio fue entregado por el Director del C.E.T.U.R. y el embajador de Argentina de esa época. El Shorton Grill recibió esta mención junto a otros restaurantes como: la Choza, Bella Roma, El Rincón de Francia y el restaurante del Hotel Colón, que eran los más reconocidos de ese entonces.*

*En la Avenida Amazonas, en el tramo que comprende desde la Orellana Hasta la Avenida Patria, era donde se encontraban la mayoría de los buenos restaurantes y ciertos Centros de diversión, por este motivo se le dio el calificativo de **la Zona Rosa de Quito**; pero esto cambió porque no hubo un buen control y se dejó que instalaran ciertos lugares de mala reputación pasando a ser denominada más tarde como **la Zona Roja de Quito** este fue uno de los motivos por los cuales decayeron muchos restaurantes de esa zona, otro factor que afectó a los restaurantes del sector fue que se*

*achicaron las calles para ampliar las veredas y entonces el acceso al lugar se hizo muy difícil y la gente por la incomodidad prefería ir a otros restaurantes de más fácil acceso.*

***“El Lafite Restaurant”** ubicado en la Niña y Juan León Mera se ha dedicado desde hace nueve años a una clientela elitista y hasta el día de hoy se mantiene gracias a la calidad de su comida. Su carta ofrece una gran variedad de ensaladas, carnes de buena calidad, un surtido inigualado de pescado y divinos postres flameados a la mesa.*

*Así como en Quito han existido muy buenos restaurantes de comida Internacional, también es cierto que Quito ha contado con Restaurantes de comida Nacional que también se han destacado como:*

***“La Querencia”** que actualmente pertenece a Marcelo y Victoria Bueno y a Luis Felipe Borja, surgió por el éxito del restaurante “Mi Cocina”, que no abastecía la demanda de los clientes y además para entonces solo había un restaurante de comida criolla en Quito. Se encargaron de **“Mi Cocina”** cuando este restaurante todavía no funcionaba bien y a los seis meses de administrarlo comenzaron a captar clientela, por la buena calidad de la comida que es resultado*

---

*de la utilización de los mejores ingredientes. La calidad radica especialmente en los productos, ya que se pueden tener excelentes recetas, pero, si no se utilizan los ingredientes adecuados, es imposible que el producto final sea bueno. El ahorro en costos ha sido un determinante del fracaso de muchos restaurantes.*

*En un análisis hecho por los propietarios del restaurante “La Querencia” se concluyó en que, el éxito de un restaurante se mide así:*

- Calidad de la comida 80%.*
- Buen servicio 15% ( Cuando la gente come bien, incluso podría pasar por alto eventuales contratiempos como un mal servicio).*
- Detalles 5% ( Limpieza, decoración, que el administrador siempre esté con una sonrisa).*

*También podemos nombrar al restaurante “La Chozza” que abrió sus puertas al público en el año de 1.966, sus iniciadores fueron los quiteños, Jaime Pallares Z. y Marta Gómez de la Torre quienes decidieron desempolvar antiguas recetas para brindar al público ecuatoriano la auténtica cocina Nacional; es así como treinta años más tarde, una nueva generación y viejos colaboradores de este restaurante han venido manteniendo la tradición de sus iniciadores.*

*Entre los platos más servidos que encontramos en la Choza tenemos: los chiguiles, los longos envueltos, empanadas de yuca y el novedoso puchero quiteño hecho a base de frutas de la temporada, a más de otros platos nacionales e internacionales que se sirven diariamente.*

*“**La Ronda Restaurante**” es otro ejemplo de restaurante típico que funciona desde la década de los setenta y aún es de gran éxito, su dueño es el señor Luis Cisneros. “La Ronda” cuenta con un local sumamente grande donde puede captar un buen número de clientes también presta un excelente servicio de Bufete, banquetes, etc.*

*Existió en Quito otro restaurante de comida típica o nacional que también fue importante como es “**El Campanario**”, cerró al poco tiempo, dejó un buen recuerdo, su dueño no pudo seguir atendiendo y ese fue el motivo principal.*

*Es importante nombrar un sin número de restaurantes que han tenido y algunos todavía tienen una larga trayectoria en la historia de los restaurantes de Quito sin tomar en cuenta su tipo y categoría:*

- Bar Restaurant Cucurucucu.*
- Bar Restaurant El Taconazo.*
- Bentley's bar restaurant.*
- Brasero Gaucho.*

- *Caluco Ceviche Bar.*
- *Carlettos Tratoria.*
- *Casa De Mi Abuela.*
- *La Colina Del Chef.*
- *Casa Vieja.*
- *Cevichería El Delfín Azul.*
- *Ceviches y Banderas De La Foch.*
- *El Mesón De La Pradera.*
- *El Refugio Restaurant.*
- *La Paella Valenciana.*
- *El Ruedo.*
- *Fonda del Churro.*
- *Galerí restaurant Mare Et Tierra.*
- *Good Group Inn.*
- *Hooters Trexco.*
- *Hostal La Casona.*
- *La Casa Del Cangrejo.*
- *La Couple.*
- *La Cueva Del Oso.*
- *La Fonda Del Camino.*

- *La Guarida Del Coyote.*
- *La Parrillada Steak House.*
- *La Posada México.*
- *La Querencia.*
- *La Sartén por el Mango.*
- *Las Mañanitas.*
- *Le Champignon.*
- *México Chiquito y Sabroso.*
- *Normandie.*
- *Pajonal Restaurant.*
- *Pancake House Restaurant.*
- *Quito Tennis Restaurant.*
- *Restaurante Albergue de Francia.*
- *Restaurante Amadeus Pub.*
- *Restaurante Club de Ejecutivos.*
- *Restaurante Columbus.*
- *Restaurante Creper & C.I.A.*
- *Restaurante El Balcón.*
- *Restaurante La Cueva de Luis Candelos.*
- *Restaurante El Ceviche.*

- *Restaurante El Piquero.*
- *Restaurante El Refugio.*
- *Restaurante el Tambo.*
- *Restaurante El Toro Partido.*
- *Restaurante La Trattoria del Veneciano.*
- *Restaurante la Vieja Castilla.*
- *Restaurante le Chalet.*
- *Restaurante los Leños.*
- *Restaurante Mare Nostrum.*
- *Restaurante Pim's Dicken.*
- *Restaurante Puerto Camarón.*
- *Restaurante Rincón de Barbaria.*
- *Restaurante Rincón de Borgoña.*
- *Restaurante Taberna Piamonte.*
- *Restaurante Rincón de Sicilia.*
- *Restaurante La Taberna Quiteña.*
- *Restaurante La Vieja Europa.*
- *Restaurante Rincón Argentino.*
- *Restaurante Rincón del Marisco.*
- *Restaurante Su Ceviche.*

*En relación a los restaurantes de **Comida Rápida**, se sabe que estos existían y que crecieron de similar forma que los anteriores, pero no era característica de ellos destacarse por tener los mejores locales o establecimientos ni contar con un servicio sumamente eficiente, es decir que, su funcionamiento era muy ordinario o simple y que poco a poco con el crecimiento de la población y con la necesidad de adaptarse a la alta demanda de gente, que cada vez necesitaba de un servicio más rápido y eficiente para realizar sus comidas, se empezaron a vislumbrar los propietarios de dichos establecimientos porque vieron en este negocio la oportunidad de su vida. Vale anotar que al igual que muchos de los restaurantes anteriores, los comedores de Comida Rápida tuvieron mucha influencia extranjera y es así que los establecimientos que eran considerados de comida rápida por lo general servían comidas chinas, o platos que no eran considerados como típicos de Quito. En la actualidad podemos ver que han entrado al país algunas cadenas de restaurantes de Comida Rápida y la mayoría de ellos tienen influencia extranjera, en especial estadounidense.*

*Y es que el comer ha sido y seguirá siendo uno de los placeres más agradables sobre la tierra, hasta que la ciencia no encuentre otra*

*forma de alimentarnos. No solo la comida se ha vuelto rápida, la vida cotidiana también, lo que nos ha obligado a todos a ganar la mayor cantidad de tiempo posible. Por esta razón, la “Industria Alimenticia” ha crecido en los últimos años, debido principalmente a la modificación en los horarios de trabajo en las principales ciudades, empresas públicas y privadas (jornada única). Por este motivo también hemos visto como ha crecido el servicio de entrega de comidas a domicilio que actualmente constituye un requisito indispensable para las principales cadenas de comida rápida instaladas en el país. Los otros dos factores más importantes en este negocio son: la informalidad y celeridad, sin descartar la atención al cliente que es K.F.C. ) En un comienzo Pizza Hut no tuvo mucha competencia y esto se debió a que en Quito aun no se explotaba el área de las franquicias de alimentos. Esta misma empresa quiso obtener la franquicia de Taco Bell, que es la empresa más grande de comidas mexicana - americana, no tuvo éxito y se vio en la necesidad de competir contra los grupos más poderosos del país. Es también importante decir que el mayor auge de las Comidas Rápidas se dio cuando aparecieron los patios de comidas en los centros comerciales, donde la mayoría de estos establecimientos provienen de cadenas de*

*restaurantes que han alcanzado popularidad y prestigio dentro del público del país o lugar donde se iniciaron . El éxito alcanzado y reconocido mundialmente por estas cadenas, permite que el público e inversionistas de cualquier parte del mundo desee invertir en acciones o también comprar la franquicia del mismo.*

*En la Ciudad de Quito podemos encontrar gran variedad de estos restaurantes, provenientes de todas partes y especialmente de los Estados Unidos. Un ejemplo muy claro de esto lo encontramos en “**Pizza Hut**” que es una de las empresas pioneras y es una muestra clara del estilo gerencial que ha venido a imponer el modelo de las franquicias en el Ecuador. Tal franquicia se obtuvo en el año 1.981 a través de un contacto de su dueño Francisco Pinto con la Pepsi - Cola Internacional ( Dueño de la cadena de comidas, Taco Bell y Otro ejemplo claro de este modelo de negocio lo encontramos en “Domino’s Pizza” que también es una empresa estadounidense que labora y se ha adaptado con facilidad a las exigencias del público capitalino. Y es que, además de pollos, hamburguesas y pizzas, tal es el estilo de hacer dinero, que abarcan los instrumentos necesarios para alcanzar un posesionamiento acelerado en el mercado.*

*La principal ventaja con la que cuentan las franquicias es que, no solo se limitan a un contrato para licenciar la venta de un determinado servicio. Ya que el propietario global envía a sus futuros socios a centros de formación en los que les enseñan técnicas muy variadas; desde atención al cliente, mercadeo, sistemas de administración e incluso normas como mantener el orden y aseo. Y además es un método de operación que a permitido que centenares de pequeños empresarios entren en el negocio de los restaurantes de Comida Rápida.*

*Este proceso se complementa con la instalación de los establecimientos, previo un estudio de mercado, que incluso designa la ubicación y la imagen que estará identificada con la cadena de establecimientos matriz, cuya uniformidad atrae a la clientela.*

*También sabemos que han anunciado su llegada al país empresas importantes como: “Fraiday’s y Pollos Campero”, de Guatemala, que piensa abrir su sucursal en el nuevo Paseo de las Américas un Centro Comercial de franquicias que se está inaugurando en Quito. Se sabe que es una empresa importante, ya que, desde que empezó a ganar terreno en toda América Central, fundaron su propia*

*Universidad, pre requisito para todo aquel que busca laborar en sus establecimientos.*

*Según dice una publicación internacional, un mesero de Pollos Campero no puede servir una mesa si no ha servido por lo menos 500 veces una mesa en la Universidad y ha aprobado un curso de quince días. Este énfasis por brindar al público un mejor servicio es característica esencial en casi todos los restaurantes de comidas rápidas con franquicia.*

*Pero esto no es todo, sino que, tal competencia provoca una guerra de precios impresionante que parece no tener límites. Si el cliente analiza bien esta situación y es muy hábil, podría comer a mitad de precio, aprovechando las distintas promociones que presentan estas empresas.*

***“Burger King”** sobresale en la ciudad de Quito por tener un amplio dominio en el negocio franquiciador, pero van a tener una gran competencia porque ya está entrando al país un fuerte rival como es **“Mc. Donald’s”** quien antes no ingresó al país por un viejo problema legal con la marca ecuatoriana Mc. Donald’s patentada el 20 de junio de 1.974, con quienes tuvieron que pelear aproximadamente unos 20 juicios de los cuales algunos no han sido resueltos, y*

*retrasaron su presencia. Tal disputa, que se inició a finales de la década de los setenta pospuso por más de un año el ingreso de la Corporación en el país prevista inicialmente para febrero de 1.996.*

*Esta situación ya fue superada por la empresa, pero esto no quiere decir que se sepa a ciencia cierta de que no hay otras marcas registradas por algún lado, que puedan perjudicar a cualquier negocio que se vislumbra próspero.*

*Por esto podemos decir que en el Ecuador existe mucho miedo de invertir ya que la legislación no garantiza el éxito de los negocios e inclusive a veces no los deja ingresar. A pesar de todo, la fiebre de los restaurantes de comidas rápidas tiene para mucho tiempo en Quito y en el país.*

*Nuestros platos son también parte de la tradición y de la comida diaria de todos los estratos sociales. Por ello existe una identificación inmediata del consumidor con nuestro menú. Y aunque a nivel local se han hecho intentos por llevar a cabo esta modalidad de negocio, con una marca propia, estos no han sido del todo exitosos, ya que parecen competir con empresas casi insuperables, pero algo han hecho ciertas empresas como es el caso de Pollos Gus que a partir de 1.996 es la empresa líder en el País.*

*Juan Manuel Silva, Gerente General de la Corporación Gus opina que este nuevo reto de competir con estas empresas grandes es una alternativa ante la necesidad de ampliarse de una forma agresiva, basado en la capacidad de su Corporación para transmitir su tecnología y proceso en la calidad de sus productos y servicios.*

*Luego podemos encontrar otras empresas como Ch. Farina, frutería Monserrate, Los Ceviches de la Rumiñahui Y Los Shawarmas que ofrecen sandwiches de pollo o cordero en pan pita y cuyo propietario Elías Saif está dispuesto a compartir su prosperidad ya que cree firmemente que el negocio de los shawarmas puede crecer en un mercado apto para las comidas rápidas.*

*Para los establecimientos de comidas rápidas no todo ha sido tan bueno y esto se ha dado por razones más simples de lo que parecen y así encontramos a empresas como Subway y Arbi's que les ha costado un arduo trabajo adaptarse a las exigencias de los clientes capitalinos ya que sus especialidades no tuvieron la acogida que ellos esperaban.*

## ***CAPITULO II***

### ***2. GENERALIDADES***

#### ***2.1 Concepto de Restaurante.***

*Un restaurante es un establecimiento o casa de comidas que en algunos casos cuenta con un bar. Su finalidad es la de prestar un servicio de atención para satisfacer las necesidades de los clientes. Este establecimiento cuenta con una infraestructura, decoración y número de mesas que son servidas por meseros, pero esto se da de acuerdo al tipo de mercado al que se dediquen.*

#### ***2.1.2 Clases de Restaurantes.***

*Existen muchas clases de restaurantes y a estos se los puede agrupar dentro de categorías determinadas de acuerdo al tipo de servicio y comida que vendan, así tenemos:*

- **Restaurantes en Locales Pequeños.**- Se caracterizan porque sus órdenes son cortas, su servicio es rápido y la permanencia de sus clientes también es corta en el local. Las inversiones no son altas y la decoración es mínima. Estos establecimientos están ubicados en áreas de alta densidad poblacional, como en edificios de oficinas, por ello el alquiler puede ser elevado. El menú usualmente es extenso y variado, con precios medios y bajos.

- **Comida Nacional.**- Su menú esta hecho en base a la cocina de un país y este tipo de restaurante puede ir desde comida rápida hasta gourmet, con un personal altamente entrenado sobre su menú e inversiones generalmente altas debido a la decoración.

- **Estilo Pub-Bar.**- A estos restaurantes se los promociona como sitios de reunión y su menú es limitado. Pueden estar localizados en cualquier lugar, pero su ciclo de vida puede verse condicionado más que en otros casos a que sus clientes descubran nuevos lugares.

- **Gourmet.**- Estos restaurantes se caracterizan por contar con un ambiente íntimo y acogedor provee la atmósfera adecuada para comidas caras y especializadas. Estos restaurantes promueven altos estándares y establece una reputación que atrae clientes fieles. El Cheff y el resto del personal están altamente entrenados

*especialmente para ofrecer un servicio personalizado. Pueden estar localizados casi en cualquier lugar ( Sin llegar a exagerar ), debido a que los clientes frecuentes se encargarán de promocionarlos.*

*- **Comidas Rápidas.**- Son establecimientos donde se venden comidas preparadas de forma rápida. Generalmente presentan precios entre medios y bajos, están ubicadas en zonas residenciales que son quienes proveen el volumen más alto de clientes, requerido por las cadenas de comida rápida que por otra parte tienen construcciones propias y muy llamativas. En estos establecimiento por lo general sirven adolescentes para adolescentes y algunos cuentan con servicios de mesa, servicio a domicilio y servicio al auto.*

*Los restaurantes de comida rápida son el segmento de la Industria Alimenticia que más rápido ha crecido en los últimos años y es por esta razón que haremos un análisis detallado y estadístico sobre su cobertura en la Ciudad de Quito.*

### **2.1.3 Requisito Necesario de todo Restaurante .**

*Un restaurante para su funcionamiento debe reunir una serie de requisitos comunes para todos, como son:*

*El sitio donde estará ubicado el establecimiento, ya sea zona de ciudad, playa, carretera, montaña etc.*

*La temperatura del local es básica, ya que los clientes necesitan y buscan un lugar para relajarse y sentirse a gusto, esto implica que el restaurante debe estar provisto de aparatos de extracción, aire acondicionado etc., para así crear un clima idóneo.*

*La iluminación constituye un factor importante en restauración por cuanto depende de ella que el cliente vea o no el color real de las cosas, es por esto necesario contar con lámparas o focos que permitan la graduación de la luz con el objeto de crear distintos ambientes, ya sea en el día o en la noche.*

*Se recomienda no exagerar en la decoración del local, ya que esto podría causar una sensación de pesadez con la consiguiente tensión y malestar del cliente.*

*El tipo de vajilla, cubertería y cristalería que se haya escogido debe estar de acuerdo al local.*

*El mobiliario es otro requisito que no debemos olvidar, debe estar en consonancia con el tipo y categoría del local.*

*Por último un restaurante debe contar con todas las facilidades necesarias para dar al cliente una sensación de comodidad y buen servicio como son: teléfonos inalámbricos, guardarropas, sillas para niños, etc.*

## **2.2 Principales Características de los Restaurantes de Comida Rápida.**

- *Servicio rápido casi en exclusiva para los clientes que permanecen de pie.*
- *Asignación de número de turno para recoger la comida.*
- *Elevado movimiento Global de clientes por hora.*
- *Producción de comida por línea de ensamblaje.*
- *Estricto control de compras y raciones.*
- *Platos, tazas y utensilios desechables.*
- *Menú limitado.*
- *Programas de entrenamientos especiales para directivos y trabajadores.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*

## **2.3 Definición de Comida Rápida.**

*Las comidas rápidas son aquellas que requieren poco tiempo para su elaboración y se conforman de productos alimenticios que con anterioridad han sido precocinados y congelados justamente para reducir el tiempo de preparación y poder dar un servicio rápido. Al principio dichos productos no tuvieron mucha aceptación, y no fue sino hasta mediados de los sesenta en que los platos congelados se*

*popularizaron por la necesidad de ganar tiempo en el servicio y sobre todo, porque las investigaciones que se realizaron acerca de estos productos por medio de exámenes, dieron como resultado que el proceso de congelamiento de los alimentos no perjudicaba en nada la salud de los consumidores.*

## **2.4    *Objetivos de las Comidas Rápidas.***

*Sirven para dar un servicio casi instantáneo, dedicado especialmente a un mercado que no cuenta con mucha disponibilidad de tiempo para realizar sus comidas.*

*Brindar servicio de comidas que puedan consumir personas de todas las edades.*

*Brindar menús que son económicamente accesibles a todos los bolsillos.*

## **CAPITULO III**

### **3. SELECCION DE LAS EMPRESAS A SER ANALIZADAS EN EL PRESENTE TRABAJO.**

*Dentro de esta selección, vamos a enlistar a un grupo de restaurantes de Comidas Rápidas que son importantes dentro de la ciudad de Quito. Se trata básicamente de un listado que nombra a empresas que son significativas tanto por su nombre como por el tipo de comida que brindan.*

#### **3.1 Listado de los Principales Restaurantes de Comida Rápida que Funcionan en la ciudad de Quito.**

##### ***Burger King Corporation.***

***Tipo de negocio:*** Comida rápida, restaurante de hamburguesas.

##### ***Características:***

- Atención de comidas rápidas.*
- Capacitación del personal.*
- Limpieza impecable en los establecimientos.*

*Burger King pertenece a una franquicia norteamericana.*

### ***Domino's Pizza.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, establecimiento de pizzas.

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas a domicilio.*
- *Capacitación del personal.*
- *Servicio de entrega a domicilio.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*

*Domino's Pizza pertenece a una franquicia norteamericana.*

### ***Kentucky Fried Chicken .***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pollos  
brosterizados.

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Capacitación del personal.*
- *Servicio de entrega a domicilio.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*

*K.F.C. pertenece a una cadena norteamericana*

## ***Pizza Hut .***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pizzas.

### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Capacitación del personal.*
- *Limpieza impecable de los establecimientos.*
- *Servicio a domicilio*
- *Tiene servicio al auto.*

*Pizza Hut pertenece a una cadena norteamericana.*

## ***Taco Bell .***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de comida mexicana.

### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Capacitación del personal.*
- *Limpieza impecable de los establecimientos.*

*Taco Bell pertenece a una cadena norteamericana.*

## ***Arby's.***

***Tipo de negocio:*** Comida rápida, restaurante roast beef y especialidades en sandwiches.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Capacitación del personal.*

*Arby's pertenece a una franquicia norteamericana.*

***Subway.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de sandwiches y ensaladas.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Limpieza impecable de los establecimientos..*

*Subway pertenece a una franquicia norteamericana.*

***Dunkin Donuts.***

***Tipo de negocio:*** *Cafetería, donald's y sandwiches*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Servicio a domicilio.*

*Dunkin Donuts es una cadena ecuatoriana.*

***Mazzoca.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de Helados, café, tortas y sandwiches.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*
- *Trabajan con personal joven.*

*Mazzoca pertenece a una cadena italiana.*

***American Deli.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante semi formal de menús ejecutivos, hamburguesas, sandwiches, y bebidas.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Servicio a domicilio.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*
- *Trabajan con personal joven.*

*American Deli pertenece a una cadena norteamericana.*

***El Español .***

***Tipo de negocio :*** *Comidas rápidas, restaurante de sandwiches.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*

*- Limpieza impecable en los establecimientos.*

*- Servicio a domicilio*

*El Español es una franquicia ecuatoriana*

### ***Pollos Gus .***

***Tipo de negocio :*** *Comidas rápidas, restaurante de pollos asados.*

#### ***Características:***

*- Atención de comidas rápidas.*

*- Servicio a domicilio.*

*- Limpieza impecable en los establecimientos.*

*Pollos Gus es una cadena ecuatoriana.*

### ***Pollo Pico Loco.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de pollos y sus derivados.*

#### ***Características:***

*- Atención de comidas rápidas.*

*- Calidad en los productos y servicio.*

*- Limpieza impecable en los productos.*

*Pollo Pico Loco es una cadena ecuatoriana.*

### ***King Chicken.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de comida internacional y pollos brosterizados.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos y servicios.*
- *Servicio a domicilio.*
- *Limpieza impecable de los establecimientos.*

*King Chicken es una cadena ecuatoriana.*

### ***Pollo Criollo.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pollos brosterizados.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*Pollo Criollo es una cadena ecuatoriana.*

### ***Chifa Mayflower.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de comida china.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Tienen servicio a domicilio.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*

*Chifa Mayflower es una cadena ecuatoriana.*

### ***Pizzería Roy's.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de pizzas.*

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Servicio a domicilio.*

*Pizzería Roy's es una cadena ecuatoriana.*

### ***Ch'farina.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de pizzas.*

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos y servicios.*
- *Servicio a domicilio*
- *Servicio al auto.*

*Ch' Farina es una empresa ecuatoriana.*

### ***Sandry.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de hamburguesas y hot dogs.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*

*Sandry pertenece a una cadena.*

### ***Tropi Burguer.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de hamburguesas.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*Tropi Burger pertenece a una cadena.*

### ***B.B.Q. Pinchos.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de carnes.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*B.B.Q. Pinchos es una cadena ecuatoriana.*

***Yalo's.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de sandwiches.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Limpieza impecable en los establecimientos.*
- *Servicio a domicilio.*

*Yalo's es una cadena ecuatoriana.*

***Mambo Pinchos.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de pinchos.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*

*Es una cadena ecuatoriana.*

***Top Dog.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de hot dogs.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*Es una cadena ecuatoriana.*

### ***Quito Taquito.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de comidas mexicana.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos. Quito Taquito es una cadena ecuatoriana*

### ***Los Ceviches de la Rumiñahui.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de ceviches.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*
- *Servicio a domicilio.*

*Los Ceviches de la Rumiñahui pertenecen a una cadena ecuatoriana.*

### ***Shish Kabab “Los Shawarmas”.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de sandwiches.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*Es una cadena ecuatoriana.*

### ***El Hornero.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pizzas.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad de los productos y servicios.*
- *Servicio a domicilio.*
- *Limpieza impecable de los establecimientos.*

*El Hornero es una cadena ecuatoriana.*

### ***Marcelino Pizza y Vino.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pizzas.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*Marcelino Pizza y vino es una cadena ecuatoriana.*

### ***Cuba Libre.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de comida cubana.

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*

*Cuba Libre es una cadena ecuatoriana.*

### ***Buffalos.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de carnes.

***Características:***

- Atención de comidas rápidas.

*Es una cadena ecuatoriana.*

### ***Calicanto.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de fritadas y ceviches.

***Características:***

- Atención de comidas rápidas.
- Tiene servicio al auto.

*Calicanto es una cadena ecuatoriana.*

### ***Sal y Pimienta.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de embutidos.

***Características:***

- Atención de comidas rápidas.
- Servicio a domicilio.
- Tiene autoservicio.
- Calidad en el producto.

*Sal y Pimienta es una empresa ecuatoriana.*

### ***Le Creperie.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de creps.

***Características:***

- Atención de comidas rápidas.

*Le Creperie es una empresa francesa.*

### ***Kenny Rogers.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pollo asado y costillas b.b.q.

***Características:***

- Atención de comidas rápidas.

- Servicio a domicilio.

- Tiene servicio al auto.

*Kenny Rogers es una franquicia norteamericana.*

### ***Sanduches D' Pavo.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de sanduches de pavo.

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Calidad en los productos.*

*Sanduches D' Pavo es una empresa ecuatoriana.*

### ***Hot Dog House.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de hot dog.

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Servicio a domicilio.*

*Hot Dog House es una empresa ecuatoriana.*

### ***Rapid Pizza.***

***tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de pizzas.

#### ***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Servicio a domicilio.*

*Rapid Pizza es una empresa ecuatoriana.*

### ***China Town.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de comida china.

#### ***Características:***

- Atención de comidas rápidas.
- Servicio a domicilio.

*China Town es una empresa ecuatoriana.*

### ***Donut Express.***

***Tipo de Negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de donald's.

#### ***Características:***

- Atención de comidas rápidas.
- Tiene servicio a domicilio.

*Donut Express es una empresa ecuatoriana.*

### ***Pity's.***

***Tipo de negocio:*** Comidas rápidas, restaurante de hamburguesas.

***Características:***

- *Servicio de comidas rápidas.*
- *Limpieza impecable del local.*

*Pity's es una empresa ecuatoriana.*

***Chifa Jao Fua.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de comida china.*

- *Servicio de comidas rápidas.*

*Chifa Jao Fua es una empresa ecuatoriana.*

***Texas Chicken Pollo Tejano.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de pollos a la brasa.*

***Características:***

- *Servicio de comidas rápidas.*
- *Calidad en el servicio.*

*Texas Chicken Pollo Tejano es una empresa ecuatoriana.*

***Pollos Stav.***

***Tipo de negocio:*** *Comidas rápidas, restaurante de pollos asados.*

***Características:***

- *Atención de comidas rápidas.*
- *Servicio a domicilio.*

*Pollos Stav es una empresa ecuatoriana.*

### **3.1 Criterios de Selección.**

*Luego de una primera investigación en la ciudad de Quito en lo referente al número de locales de comida rápida, se determinó que realmente su número es enorme, razón por la cual se hace necesario establecer ciertos parámetros en base de los cuales se seleccionarán en forma adecuada a las empresas a las cuales se hará el trabajo investigativo motivo de la presente tesis.*

*Es así como se decide escoger a las empresas en base a los siguientes criterios:*

#### **3.1.2 Número de Locales en la Ciudad de Quito..**

*Esto se refiere al hecho de que la empresa a ser seleccionada debe tener al menos cuatro locales a nivel de la ciudad de Quito o al menos dos de gran tamaño y pertenecer a una cadena nacional o internacional.*

#### **3.1.3 Variedad de Productos que Ofertan.**

*Dentro de la cobertura ya establecida por las empresas seleccionadas también se toma en cuenta la variedad de productos que ofertan ya que esto hace que su cobertura sea mayor, puesto que cubre una amplia gama de preferencias culinarias dentro de la comida rápida.*

### **3.1.4 Capacidad Instalada.**

*Si bien es cierto que es importante tanto el número de locales cuanto la variedad de los productos ofertados, no lo es menos la capacidad de atender esa demanda ya que en la época moderna la tendencia actual no es solamente ofrecer el servicio sino las condiciones de dar confort y calidad en que dicho servicio se oferta.*

### **3.1.5 Disponibilidad o no de Servicio a Domicilio.**

*Este es un aspecto que se ha vuelto en los últimos tiempos motivo de gran preocupación de casi todos las empresas de comida rápida, ya que como su consumo se ha popularizado a todo nivel. Ya no es suficiente entregar el producto final en forma rápida, sino que es necesario inclusive dejarlo donde el cliente lo requiera.*

*Esto es una consecuencia lógica del caos vehicular que reina en la ciudad de Quito. Lo que hace que el cliente potencial prefiera que la comida llegue a él y rápido.*

### **3.2 Determinación de las Empresas a ser Analizadas.**

*En base a los criterios anteriormente enunciados se procedió a hacer una primera selección de empresas, las mismas que se detallan a continuación.*

*Cabe resaltar que esta lista deberá ser sometida a una posterior depuración en base a comparación entre varias empresas de la misma línea de tal manera que sea escogida una sola que represente a cada tipo de comida rápida; por ejemplo en el caso de pizzerías se incluirán en la lista varias y de entre ellas será una la seleccionada para hacer un estudio más profundo en la siguiente tesis.*

### ***3.3 Listado de las Empresas Motivo de la Primera Selección.***

*A continuación vamos listaremos las principales empresas de comidas rápidas que funcionan en la ciudad de Quito, el número de sucursales su ubicación:*

#### ***Burger King..***

***Número de locales: 4***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Centro Comercial Iñaquito. C.C.I. ( Amazonas y Naciones Unidas)*
- 2.- Mall El Jardín ( Av. República y Amazonas )*
- 3.- Av. Orellana y Reina Victoria*
- 4.- Calle 18 de septiembre y Av. Amazonas ( Patio de comidas )*

### ***Pizza Hut.***

***Número de locales: 8***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Av. González Suárez 894 Edf. Atrium.*
- 2.- Av. Edmundo Carvajal y Pasaje Barba ( El Bosque ).*
- 3.- Tomás de Berlanga e Isla Isabela.*
- 4.- Av. Naciones Unidas y Amazonas.*
- 5.- Juan León Mera y Carrión.*
- 6.- Av. General Rumiñahui y Sexta.*
- 7.- Espejo 847 junto al Teatro Bolívar.*
- 8.- Interoceánica y Diego de Robles.*

### ***Ch'Farina.***

***Número de locales: 9***

- 1.- Centro Comercial El Bosque.*
- 2.- Carrión y Juan León Mera.*
- 3.- Centro Comercial Naciones Unidas.*
- 4.- Centro Comercial Plaza Aeropuerto.*
- 5.- Cotocollao.*
- 6.- San Rafael.*
- 7.- Cumbayá.*

8.- *Centro de Exposiciones Quito.*

9.- *El Condado.*

### ***Taco Bell.***

***Número de locales: 3***

#### ***Ubicación:***

1.- *Quicentro Shopping ( Av. Naciones Unidas y Shyris ).*

2.- *Mall El Jardín ( Av. República y Amazonas )*

3.- *Juan León Mera y Carrión.*

### ***King Chicken.***

***Número de locales: 6***

#### ***Ubicación:***

1.- *10 de Agosto y Sánchez ( El Labrador ).*

2.- *10 de Agosto y Veintimilla.*

3.- *Guayaquil y Manabí ( Plaza del Teatro ).*

4.- *Entre Maldonado, Vicente Rocafuerte, Juan José Flores, Antonio*

5.- *José de Sucre y Montúfar ( Plaza de Santo Domingo ).*

6.- *Av. de Los Shyris y El Comercio esquina.*

7.- *Checa y 10 de Agosto ( A la altura del Edf. Benalcazar 1.000 ).*

### ***Sandry.***

***Número de locales: 4***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Av. Orellana y 6 de Diciembre.*
- 2.- Av. Naciones Unidas y Japón.*
- 3.- Centro Comercial El Globo*
- 4.- Amazonas 2584 y la Granja*

### ***Tropi Burguer.***

***Número de locales: 3***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Quicentro Shopping ( Av. Naciones Unidas y Shyris ).*
- 2.- Aeropuerto.*
- 3.- Centro de Quito.*

### ***B.B.Q. Pinchos.***

***Número de locales: 4***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Av. Eloy Alfaro y Portugal.*
- 2.- Centro Comercial El Globo ( Gaspar de Villarroel y Amazonas ).*
- 3.- Av. Mariana de Jesús.*
- 4.- En la subida al C.C. El Bosque ( Calle Carvajal ).*

### ***Yalo's.***

***Número de locales: 3***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Av. Eloy Alfaro 2822 y Portugal.*
- 2.- Cumbayá, diagonal a la U.S.F.O.*
- 3.- Av. Brasil 1101.*

### ***Sal y Pimienta.***

***Número de locales: 3***

#### ***Ubicación:***

- 1.- Eloy Alfaro 2012 y Suiza.*
- 2.- Brasil 1117 e Hidalgo de Pinto.*
- 3.- C.C. Iñaquito Local C-110.*

### ***Le Creperie.***

***Número de locales: 2***

#### ***Ubicación :***

- 1.- Mall El Jardín.*
- 2.- Calama y Juan León Mera.*

### ***Kenny Rogers.***

***Número de locales: 1***

***Ubicación:***

*1.- Av. República y Eloy Alfaro.*

***El Hornero.***

***Número de locales: 7***

***Ubicación:***

*1.- González Suárez 1070*

*2.- Veintimilla 1149 y Av. Amazonas.*

*3.- Naciones Unidas 269.*

*4.- Isla Floreana 330 y Shyris.*

*5.- Centro Comercial Atahualpa( Av. Vencedores de Pichincha- Sur).*

*6.- C.C. Plaza del Valle ( San Rafael).*

*7.- C.C. Plaza Cumbayá.*

***Domino's Pizza.***

***Número de locales: 3***

***Ubicación:***

*1.- Brasil 415.*

*2.- Coruña 1.239.*

*3.- Gaspar de Villarroel.*

## ***Chifa Mayflower.***

***Número de locales: 6***

### ***Ubicación:***

- 1.- Quicentro Shopping ( Av. Naciones Unidas y Shyris ).*
- 2.- Mall El Jardín ( Av. República y Amazonas ).*
- 3.- Centro Comercial El Recreo ( Entre M. Pereda, Orosco, Triviño y Palmira.*
- 4.- Centro Comercial El Bosque.*
- 5.- Av. 6 de Diciembre y Carrión.*
- 6.- Isla Isabel y Tomás de Berlanga.*

## ***El Español.***

***Número de locales : 4***

### ***Ubicación:***

- 1.- Centro Comercial El Bosque ( Terrazas ).*
- 2.- Juan León Mera y Wilson.*
- 3.- Av. Amazonas y Gaspar de Villarroel.*
- 4.- Quicentro Shopping ( Av. Naciones Unidas y Shyris ).*

## ***Donut Express.***

***Número de locales: 4***

***Ubicación:***

- 1.- Plaza de las Américas Cinemark.*
- 2.- Mall el Jardín.*
- 3.- Centro Comercial Iñaquito.*
- 4.- Amazonas 2654 y República.*

***Subway.***

***Número de locales: 2***

***Ubicación:***

- 1.- Mall El Jardín.*
- 2.- República del Salvador 1129 y Naciones Unidas.*

***China Town.***

***Número de locales: 2***

- 1.- Av. Mariana de Jesús 930 y Amazonas.*
- 2.- Av. Rumiñahui, San Rafael.*

***Kentucky Fried Chicken.***

***Número de locales: 7***

***Ubicación de los locales:***

- 1.- Centro Comercial Iñaquito.*
- 2.- Quicentro Shopping.*
- 3.- Centro Comercial El Bosque.*

*4.- Mall El Jardín.*

*6.- Centro Colonial.*

*7.- Cumandá ( Terminal Terrestre ).*

*Pollos Gus.*

*Número de locales:*

*Ubicación de los locales:*

*1.- La Kennedy.*

*2.- La Floresta.*

*3.- Estadio ( Por el cine 24 de mayo ).*

*4.- San Bartolo.*

*5.- La Michelena.*

*6.- América y Brasil.*

*7.- San Rafael.*

*8.- Magdalena.*

*9.- Villaflora.*

*10.- Cotocollao.*

*11.- San Carlos.*

*12.- Av. de la Prensa.*

*13.- El Labrador.*

14.- *Cumandá ( Terminal Terrestre ).*

15.- *Colón.*

16.- *Av. Patria.*

17.- *Riofrío.*

18.- *Quito Colonial ( Calle Ipiales ).*

19.- *Quito Sur 2.*

### ***Pollos Stav.***

***Número de locales: 3.***

***Ubicación de los locales:***

1.- *Amazonas y Vicente Cárdenas.*

2.- *Av. la Prensa y el Maestro.*

3.- *La Maldonado (Villaflora).*

## ***3.4 Justificación de las Empresas a ser Analizadas en el Presente Trabajo.***

### ***3.4.1 Pizzerías.***

*Se realizó la cobertura de servicio tanto de Ch. Farina, Pizza Hut y el Hornero, observándose que en la zona más densamente comercial estas tres pizzerías se disputan el espacio de igual a igual. Similar situación acontece en el Valle de los Chillos y Tumbaco, con igual*

número de locales, pero a diferencia de Pizza Hut y el Hornero y Ch' Farina tienen dos locales situados en el sector norte de Quito. por lo que se los considera en ventaja en relación a y el Hornero. Razón por la cual son estas dos pizzerías las que entrarán en nuestro análisis final en representación de las pizzerías. Ver anexo No. 1

### **3.4.2 Hamburguesas.**

Las hamburguesas también son consideradas como un producto masivo junto con su acompañamiento las patatas fritas, como muestras de estas se ha considerado al **Burger King, Sandry y Tropi Burger** siendo los más significativos Burger King y Sandry ya que disponen de 4 locales cada uno disputándose una misma zona comercial de consumo como se podrá apreciar en el anexo No. 2

De estas dos empresas es **Burguer King** la seleccionada para nuestro análisis dada su excelente capacidad instalada y su servicio al cliente.

### **3.4.3 Sanduches.**

En el rubro sanduches se consideró tanto por calidad, infraestructura, y cobertura al **Español, Yalos y Subway** . Siendo seleccionado El Español por su cobertura de 4 locales y primordialmente por su disponibilidad de atención todos los días de la semana.

Ver anexo No. 3

#### **3.4.4. Pollo Asado.**

*El pollo es uno de los alimentos más consumidos y de más amplia propagación en la ciudad de Quito, y se divide en pollo asado y en pollo brosterizado y es el pollo asado quizás el de más amplia propagación dado que son muchas las pequeñas empresas que ofrecen dicho producto prácticamente en toda la ciudad. Razón por la cual se consideró a **Pollo Gus** como el representativa, basándose tanto en su cobertura que es muy grande, así también como en su capacidad de atención al cliente. Y es así que esta empresa fue la seleccionada para nuestra investigación dado su enorme cobertura en Quito lo cual fácilmente se podrá apreciar en el anexo N o. 4*

#### **3.4.5 Pollo Brosterizado.**

*Así mismo aunque sin la misma cobertura de los pollos asados los pollos brosterizados también han sido bien propagados y han tenido una excelente acogida en la ciudad y por el número de locales (7) y por motivos de capacidad instalada hemos escogido al Chicken como el más representativo de este género. Ver anexo No.5*

#### **3.4.6 Donut's**

*Estas también constituyen un producto que últimamente han tenido mucha propagación en Quito y hemos escogido a Donnut Express*

*como la más representativa por sus 4 locales que le dan una muy buena cobertura. Como se podrá apreciar en el anexo No. 6.*

#### **3.4.7 Ceviches.**

*Rubro especial merece un plato típico de masivo y tradicional consumo tanto en la Costa como en la Sierra y muy apetecido por los ecuatorianos en general y es el típico ceviche. El cual se comporta en forma similar al pollo asado; es decir, muchas y variadas empresas lo ofrecen y de muy buena calidad lamentándose el hecho de que la mayoría no constituye cadena alguna ya que la mayoría son únicos y muy pocos disponen de una sucursal. Es por esto y casi sin competencia que hemos escogido a los “Ceviches de la Rumiñahui”, empresa que dispone de una muy buena cobertura a nivel de la ciudad 7 locales a disposición del consumidor, como se podrá apreciar en el anexo No.7*

#### **3.4.8 Comidas Chinas.**

*En lo que a comida china se refiere la oferta es muy variada, tanto en calidad cuanto en cantidad, y son tal vez, los negocios que más han existido en la ciudad, pero esto no quiere decir que siempre hayan sido de lo mejor y por lo general han sido muy aislados, siendo la Chifa May Flower la única que dispone de 6 locales distribuidos a lo*

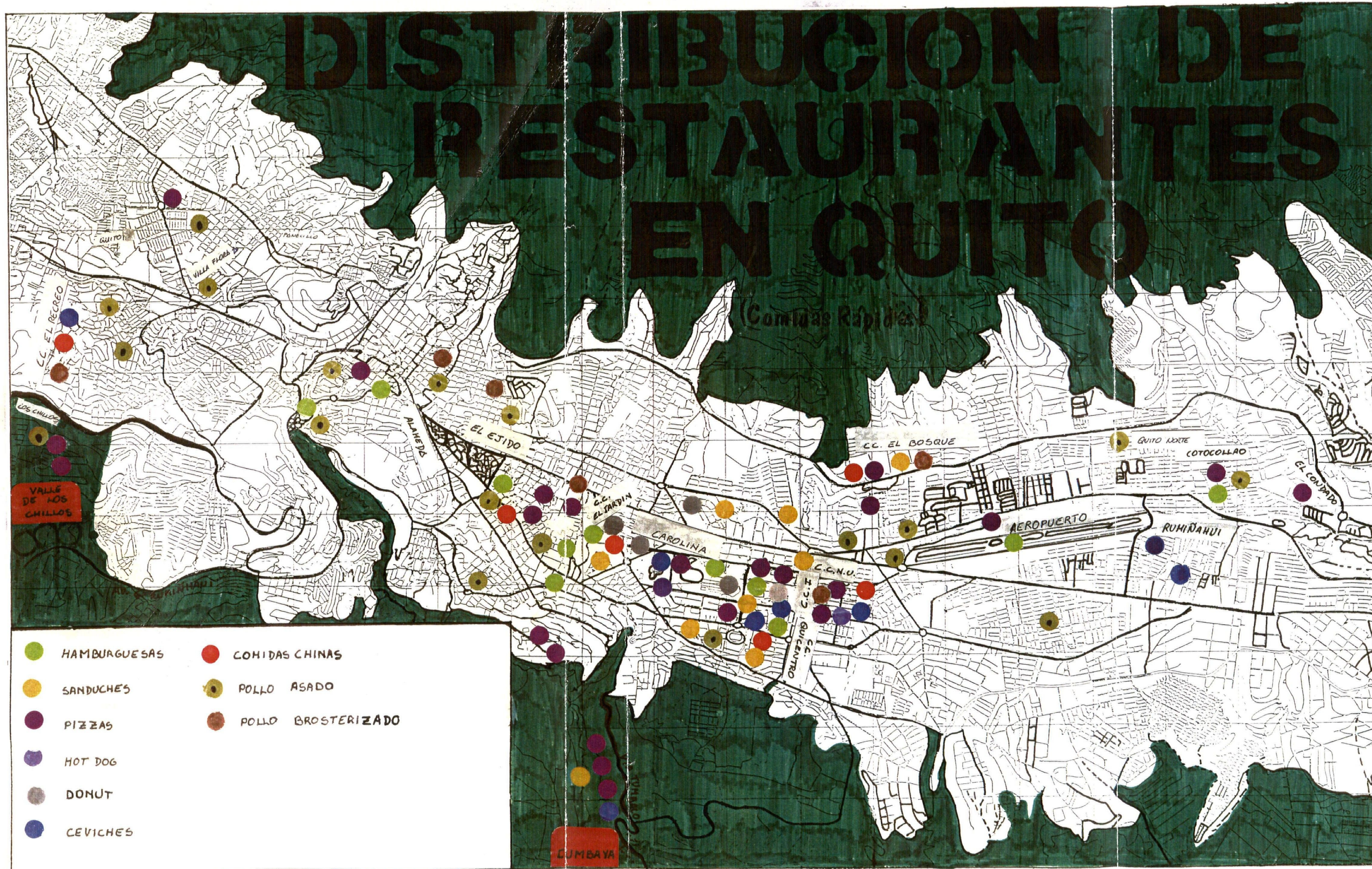
*largo de toda la ciudad, razón por la cual ha sido seleccionada para este trabajo de investigación.*

*Ver anexo No. 8.*

*Hay un tipo de comida rápida que si bien es cierto no es de consumo masivo el hecho de su existencia misma en el mercado, a pesar de que es un productos único, es decir que es él y solo el que atrae a los clientes, ha hecho que por esta muy especial particularidad se lo incluya en esta investigación. Es el caso de un productos que está representado en nuestro análisis por Hot Dog House.*

### ***3.5 Distribución Geográfica de los Principales Restaurantes de Comidas Rápidas en la Ciudad de Quito.***

# DISTRIBUCION DE RESTAURANTES EN QUITO



## **CAPITULO IV**

### **4. LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACION ESTADISTICA.**

#### **4.1 Importancia de la Estadística como Herramienta de Investigación.**

*La estadística constituye una herramienta muy importante para cualquier tipo de investigación, ya que por medio de ella se puede tener una visión clara de cualquier análisis, por lo tanto se podrán tomar decisiones que servirán para su desarrollo.*

*La estadística es útil en todos los campos ya que trata de la recopilación, organización, presentación, análisis e interpretación de los fenómenos económicos, sociales, naturales, etc., con la finalidad de obtener resultados idóneos necesarios como elementos de una investigación.*

## ***4.2 Alcance e Importancia de la Encuesta en el Mundo Moderno.***

*Debemos entender que la estadística ha sido y es un instrumento de la investigación necesario para hacer análisis específicos sobre algún tema determinado, y dicha investigación se la puede hacer por medio de encuestas o entrevistas.*

*Las encuestas constituyen un elemento significativo ya que por medio de ellas podemos obtener información de un grupo de personas a quienes se les aplica un formulario previamente impreso con cuestionarios o preguntas. En la presente investigación hemos trabajado con encuestas mixtas, pero es necesario dar una breve descripción de los tipos de encuestas que existen:*

*Un cuestionario o una encuesta puede ser de tipo abierto, cerrado y mixto., pero es necesario dar una breve descripción de los tipos de encuestas que existen:*

*Cuestionario Abierto: Es aquel en el cual el individuo encuestado puede responder brevemente.*

*Cuestionario Cerrado: Es aquel en el que el individuo encuestado puede responder si, no o quizás.*

*Cuestionario Mixto: Es aquel en el cual se utiliza la combinación de los anteriores.*

#### *4.3 Diseño de las Encuestas a ser Realizadas..*

*En el afán de levantar información que permita establecer las condiciones en las que se desenvuelve el mercadeo y consumo de las comidas rápidas se diseña una encuesta bajo los siguientes parámetros:*

*Para conseguir la colaboración de los encuestados se evitará tocar aspectos financieros y de salarios así como también datos que de una u otra manera pudiesen dar la idea de intromisión en aspectos concernientes exclusivamente a cada una de las empresas, es por esto que tanto directivos o administradores así también como a personal de base se preguntará sobre aspectos generales concernientes al mercadeo, tales como: horas de mayor consumo, platos más vendidos, que disponibilidad de servicio tienen, etc.*

***4.3.1 Muestra de la primera  
encuesta a ser realizada a nivel  
Gerencial - Administrativo.***

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☐ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

#### **4.3.2 Datos Obtenidos de las Encuestas.**

*Tamaño de las encuestas = 10*

##### *Administración del local*

*Administrador = 9 = 90 %*

*Gerente = 1 = 10 %*

##### *Tiempo de permanencia en el cargo*

*= 1 Año = 4 = 40 %*

*> 1 Año = 6 = 60 %*

##### *Edades de los clientes*

*0 - 20 = 1 = 10 %*

$$0 - 30 = 8 = 80 \%$$

$$> 30 = 1 = 10 \%$$

### Horas de mayor demanda de clientes

$$\text{Mañana} = 1 = 10 \%$$

$$\text{Tarde} = 6 = 60 \%$$

$$\text{Noche} = 1 = 10 \%$$

### Plato preferido

$$\text{Típico de la casa} = 5 = 50 \%$$

$$\text{Otros} = 5 = 50 \%$$

### Servicio a domicilio

$$SI = 7 = 70 \%$$

$$NO = 3 = 30 \%$$

*Volumen de ventas a domicilio*

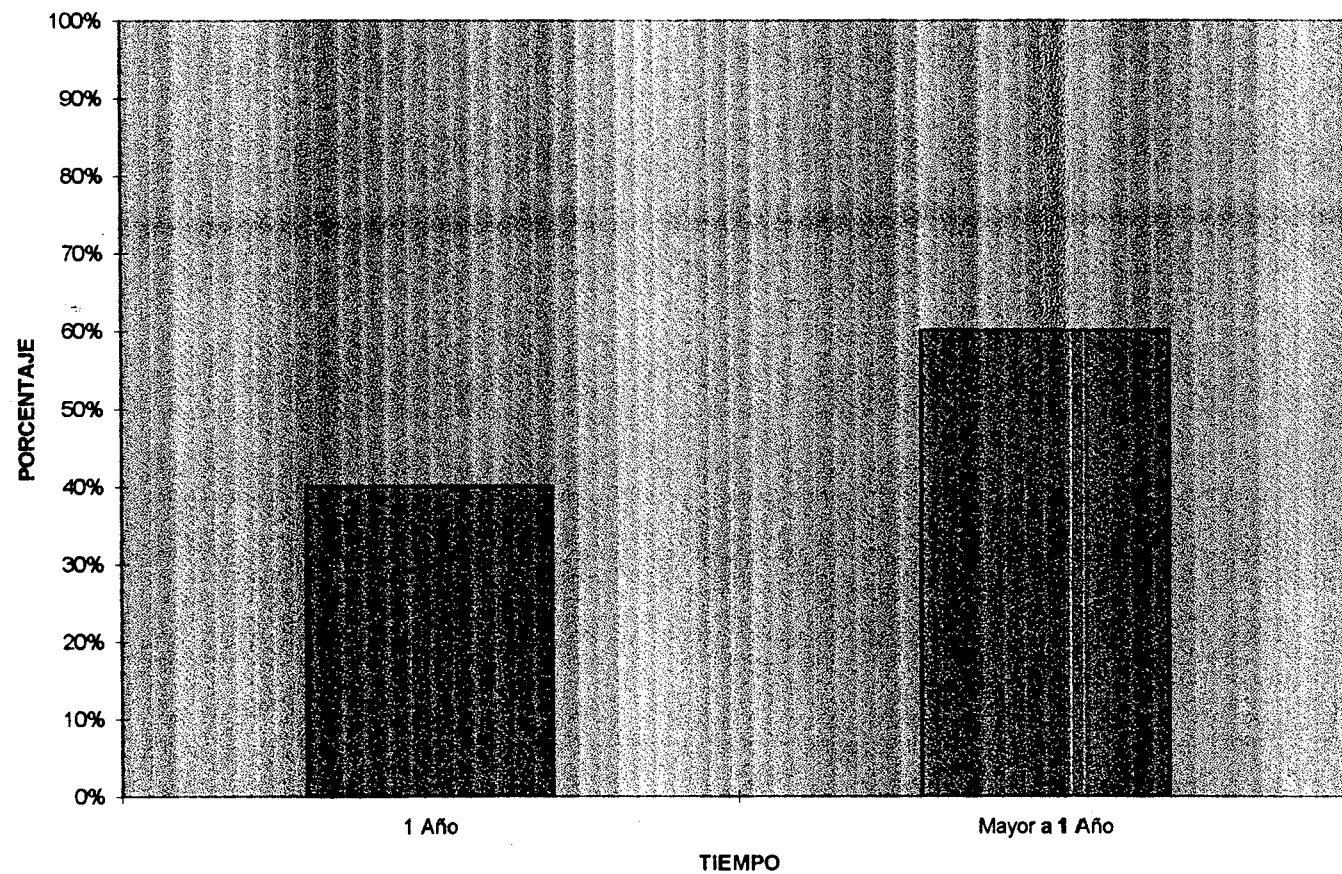
$$Mucho = 1$$

$$Mediano = 6$$

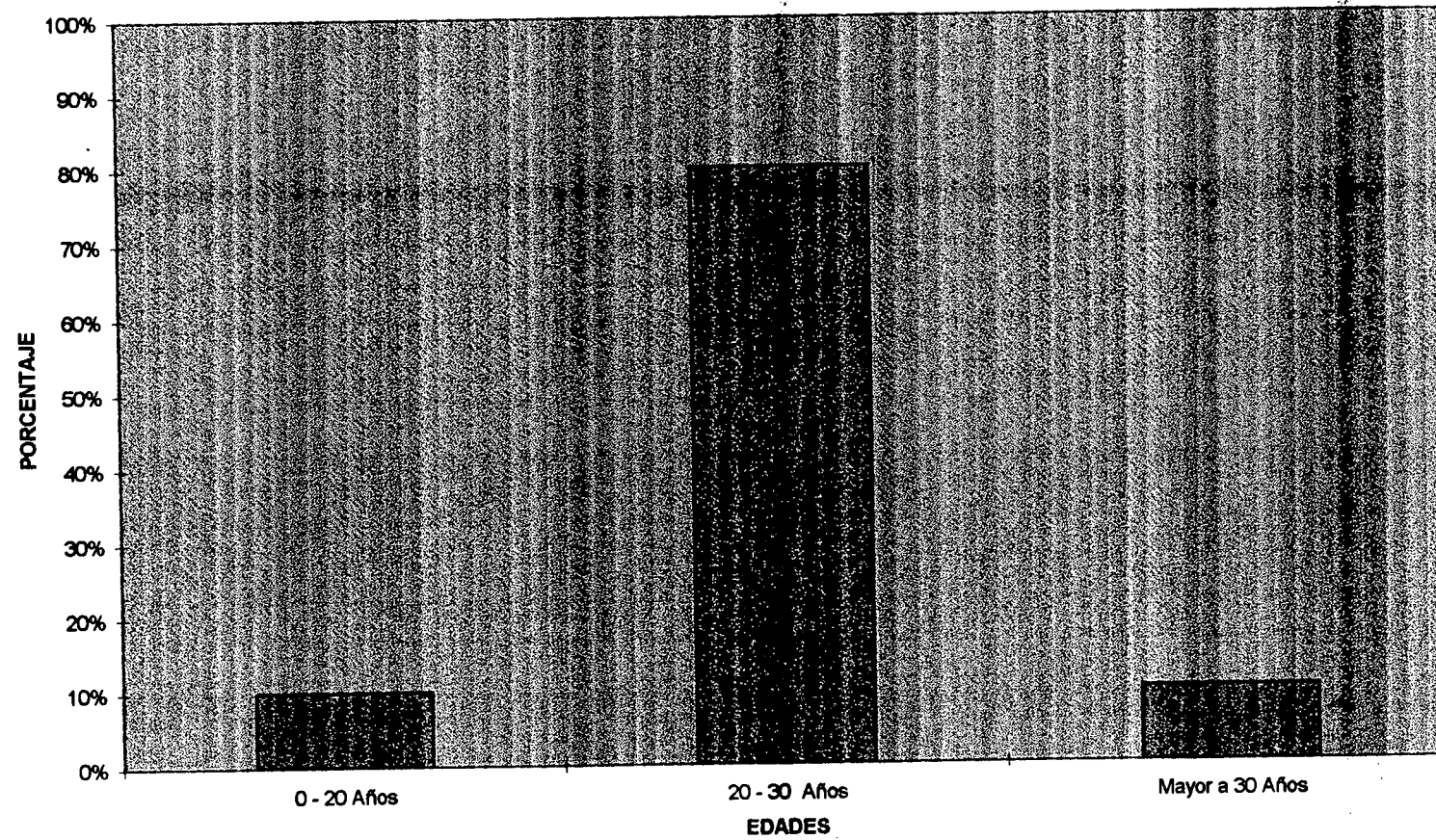
$$Poco = 3$$

### ***4.3.3 Gráficos de las Encuestas Realizadas a Nivel Gerencial y Administrativo.***

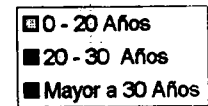
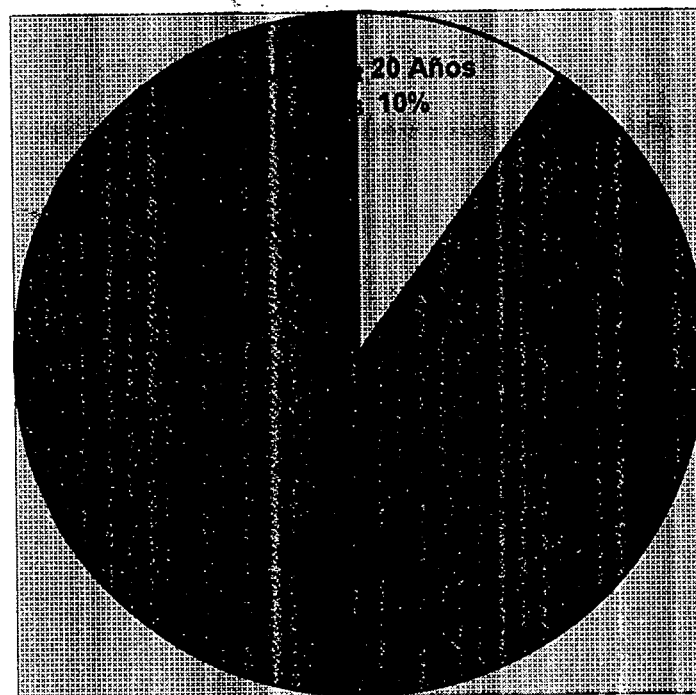
### TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO DEL ADMINISTRADOR DEL LOCAL



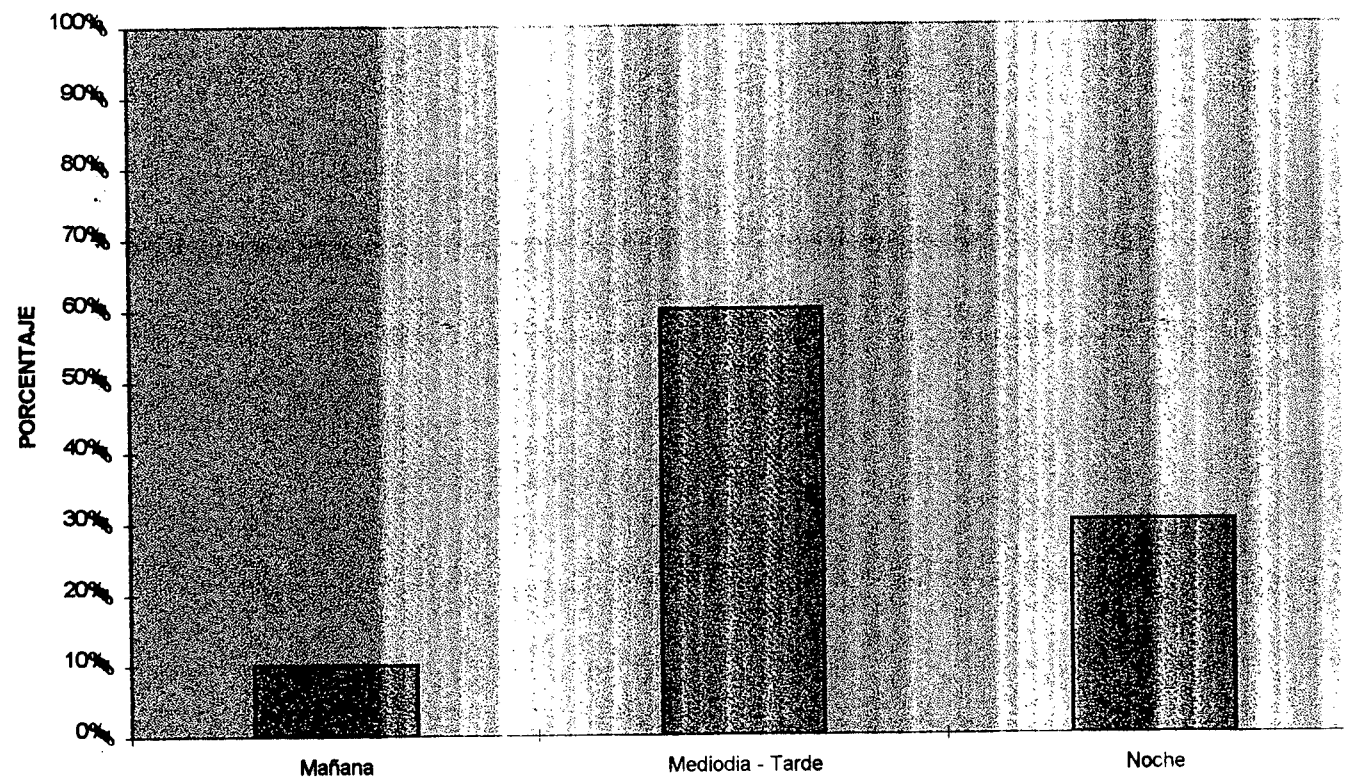
### EDADES DE LOS CLIENTES



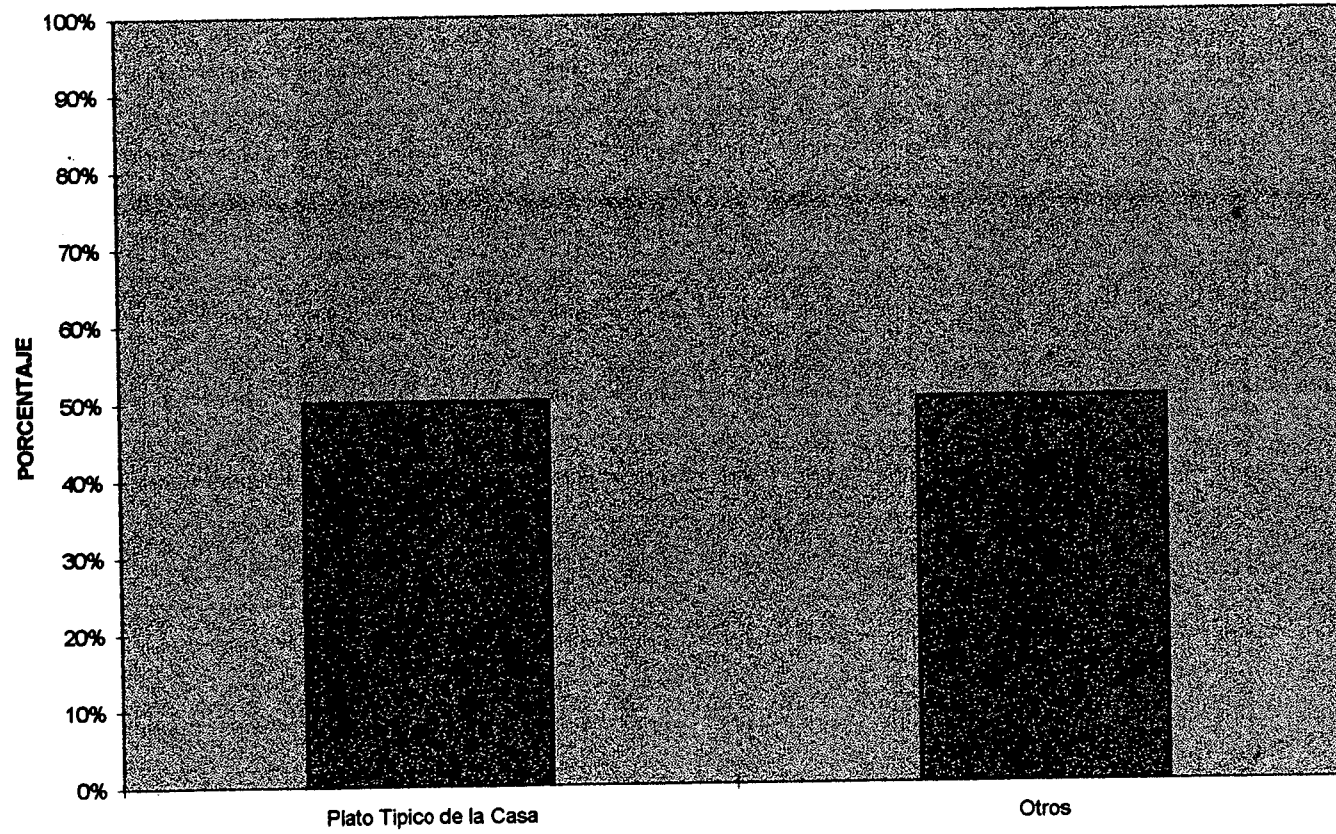
### EDADES DE LOS CLIENTES



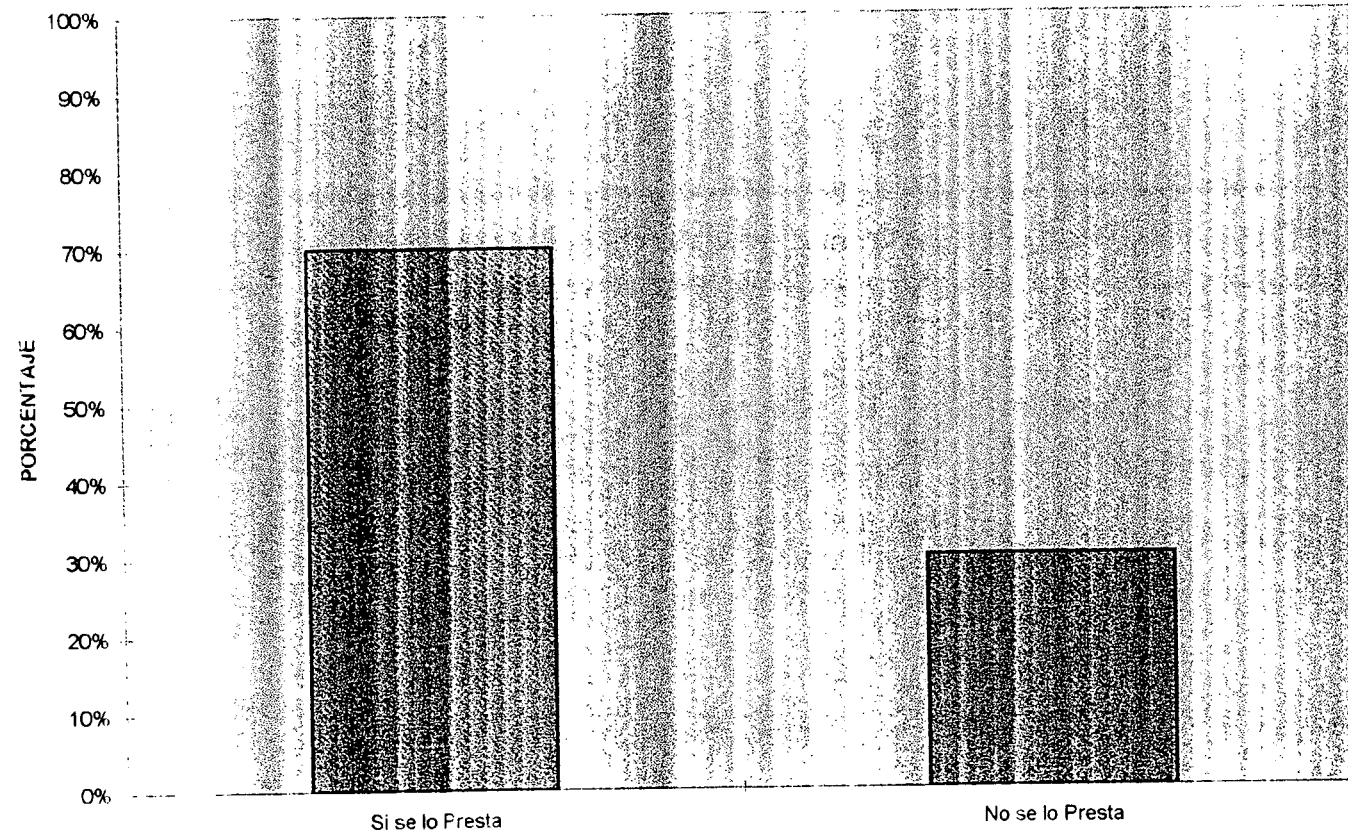
### HORAS DE MAYOR DEMANDA



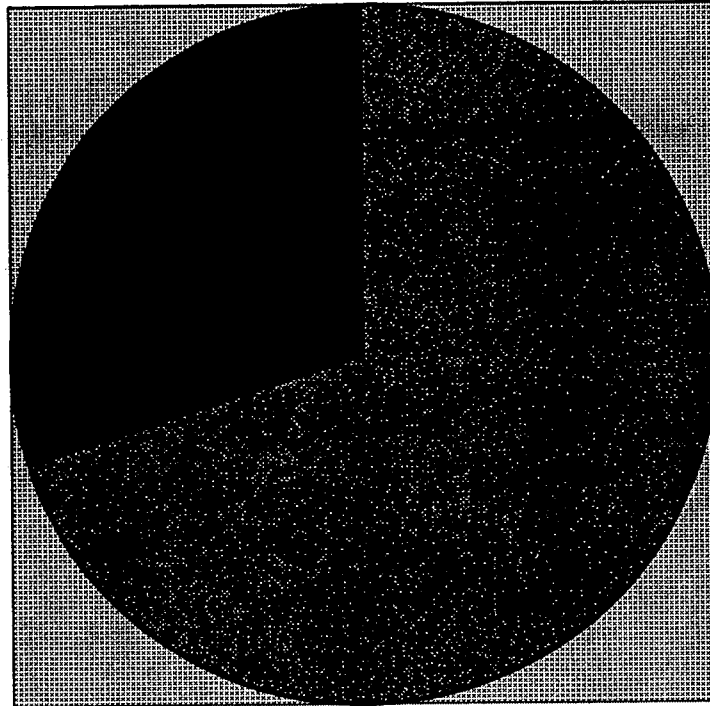
## PLATO CONSUMIDO



### SERVICIO A DOMICILIO

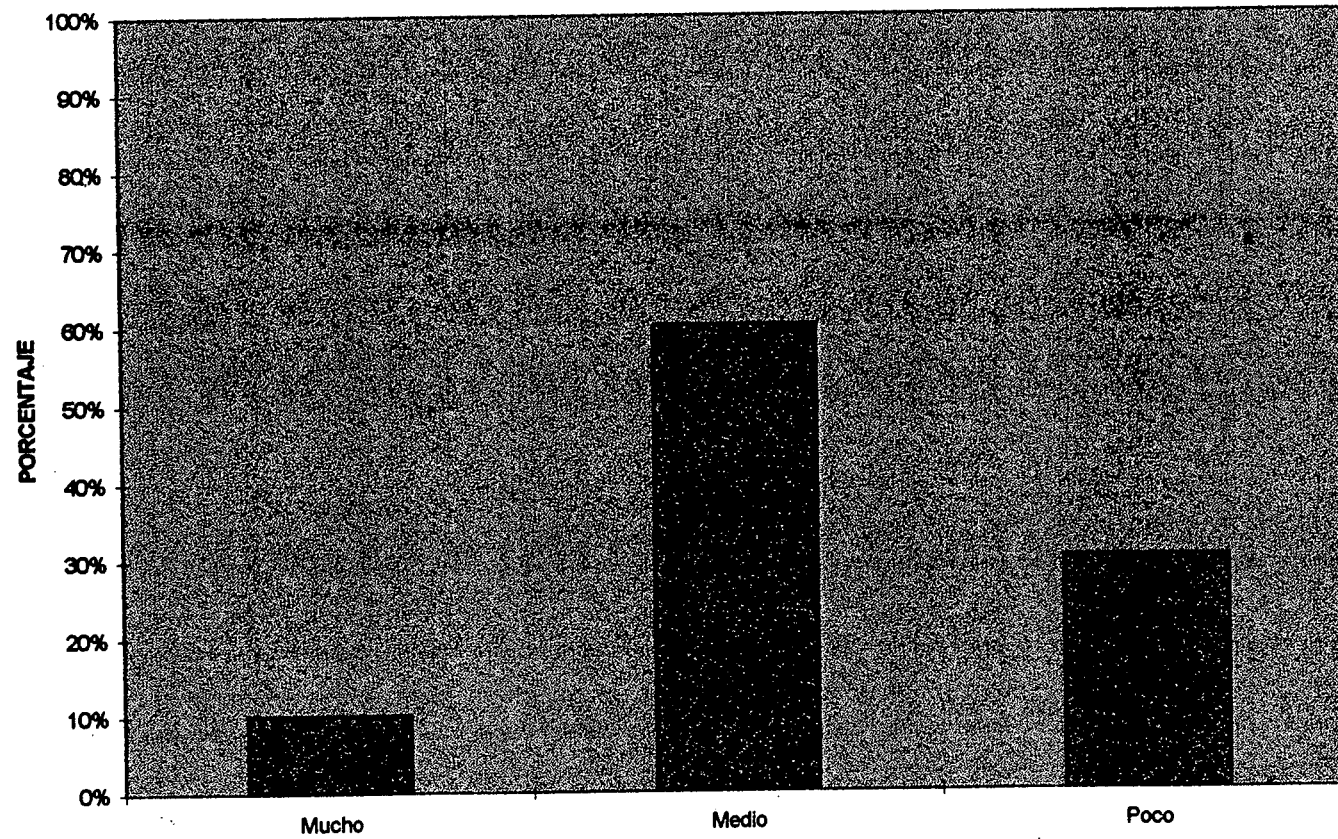


### SERVICIO A DOMICILIO

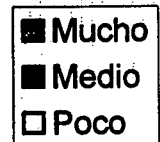
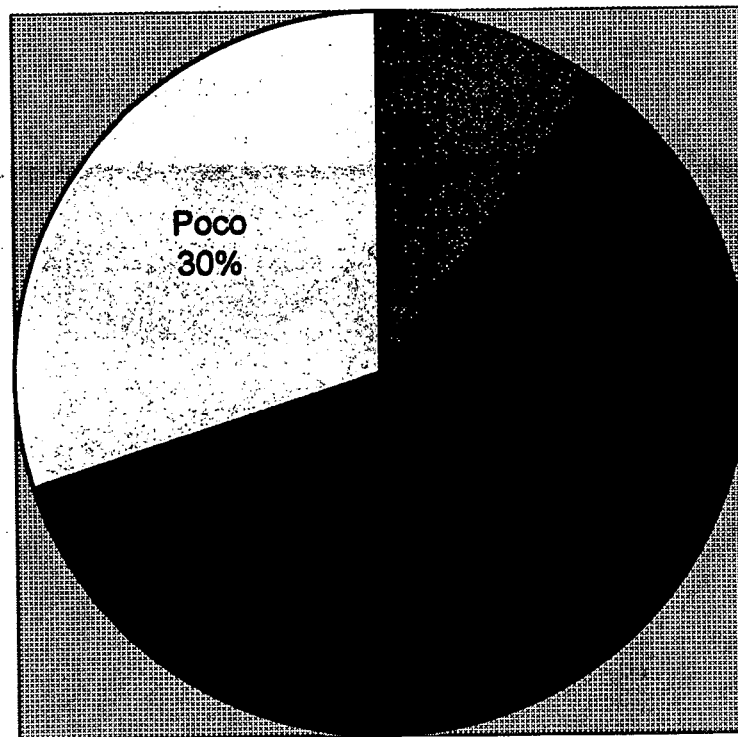


■ Si se lo Presta  
■ No se lo Presta

### VOLUMEN DE VENTAS A DOMICILIO



### VOLUMEN DE VENTAS A DOMICILIO



#### ***4.3.4 Conclusiones de las Encuestas Realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.***

*A continuación se detallan las conclusiones a las que se llega, luego de analizar los datos de la encuesta realizada a personal responsable de la Administración y/o Gerencia de los locales más representativos de las Empresas seleccionadas.*

##### ***Administración del Local y su Tiempo de Permanencia en el Cargo:***

*En la parte concerniente a la confiabilidad de los datos suministrados por los Administradores o Gerentes, podemos decir que es alta, ya que en su 60 % han permanecido en el cargo por un tiempo superior al año, lo que nos permite concluir que sus respuestas corresponden a experiencias reales vividas durante su vigencia en el cargo.*

***Edades de los Clientes:*** *Se puede concluir que a nivel de la ciudad de Quito, el 80% de los clientes de Comida Rápida, están ubicados entre los 20 a 30 años, lo cual ratifica la tendencia existente a nivel mundial; es decir que, es la población económicamente activa y sin mayores cargas familiares aún, la que orienta sus principales necesidades alimenticias a las Comidas Rápidas.*

Horas de mayor demanda de Clientes: En lo referente al horario de consumo, se concluye que un importante porcentaje, esto es el 60 % de las ventas se las hace en el intervalo del medio día y las primeras horas de la tarde, lo cual permite concluir que la mayoría de los clientes están almorzando bajo el régimen de la comida rápida

Plato Preferido: De las antes referidas encuestas se concluye que las empresas de comida rápida realmente han tenido éxito en su estrategia de promocionar un producto estrella como símbolo de su empresa y alrededor de él una serie de productos que se complementan o son una alternativa del producto principal, esto se hace evidente en el hecho de que el 50 % de las ventas se deben al producto estrella y el otro 50 % restante se debe a platos complementarios.

Servicio a Domicilio: Se puede concluir además que las exigencias del mercado prácticamente han obligado a que un 70 % que al negocio de las comidas rápidas se dedican implementen el sistema de entrega a domicilio lo cual ya se había anotado en páginas anteriores que obedece a la tendencia actual de los servicios en los que no solo se cuida la calidad del producto sino la forma en que llega al cliente.

Volumen de Ventas a Domicilio: Finalmente y en secuela de lo que se concluyó en el punto anterior, se observa que el servicio a domicilio se lo mantiene a pesar de que el 60 % de las empresas encuestadas manifiestan de que por esta vía las ventas tienen tan solo un volumen mediano.

***4.3.5 Diseño de la Encuesta a ser  
Realizada al Personal de Entrega  
a Domicilio***

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DÍA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----

A DOMICILIO ☐

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☐

Noche ☐

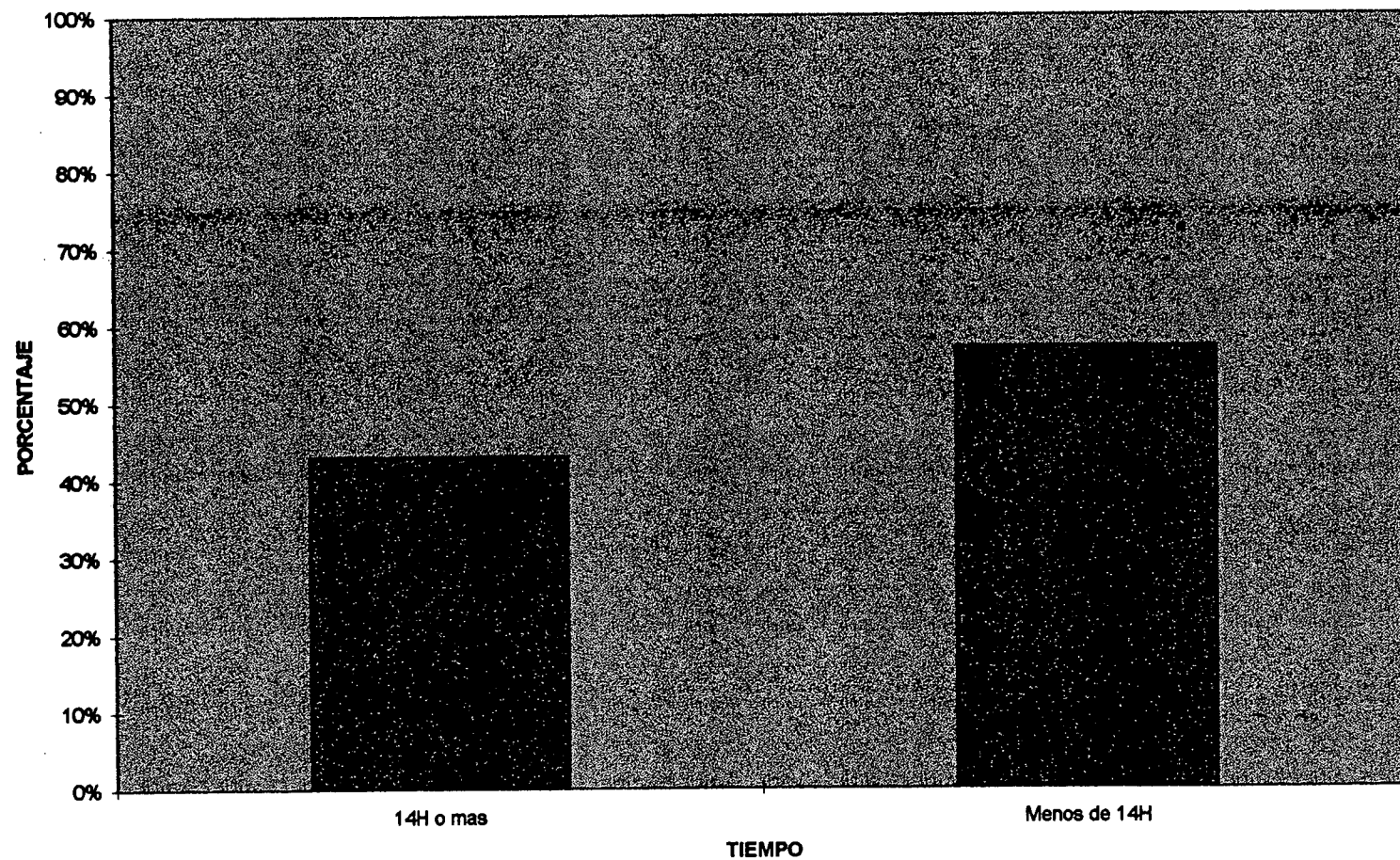
DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☐

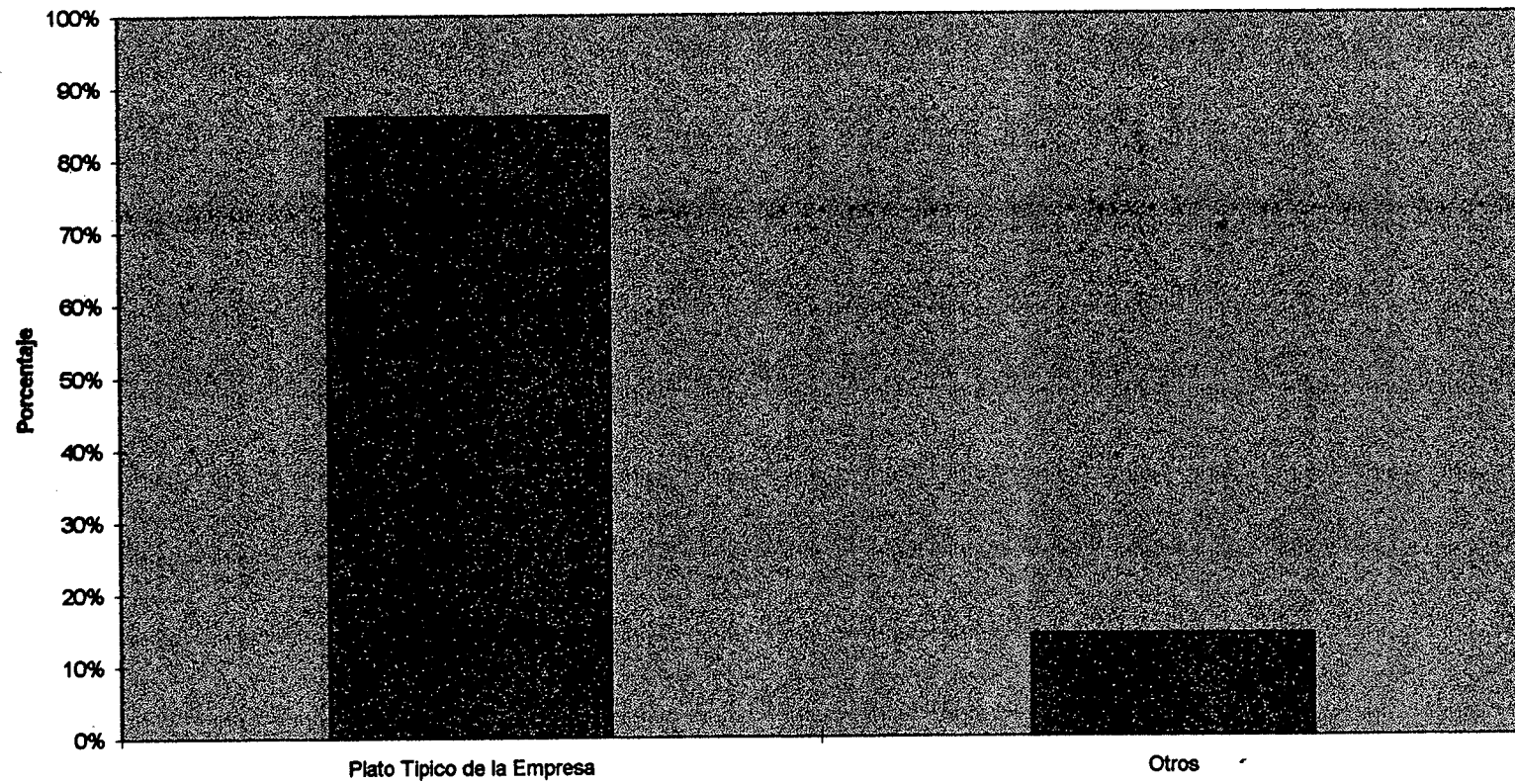


***4.3.7 Gráficos de las Encuestas  
realizadas al personal de Entrega  
a Domicilio.***

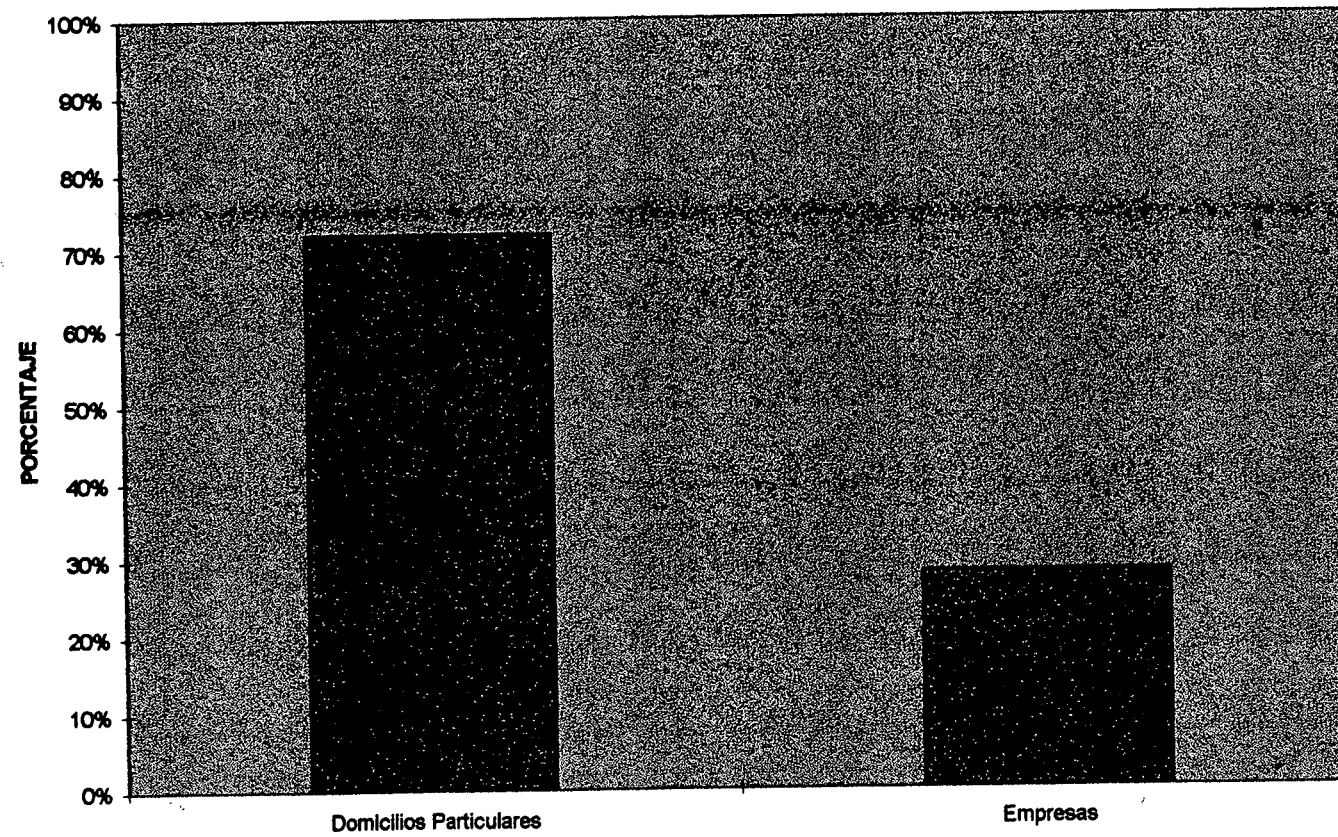
## HORARIO DE SERVICIO



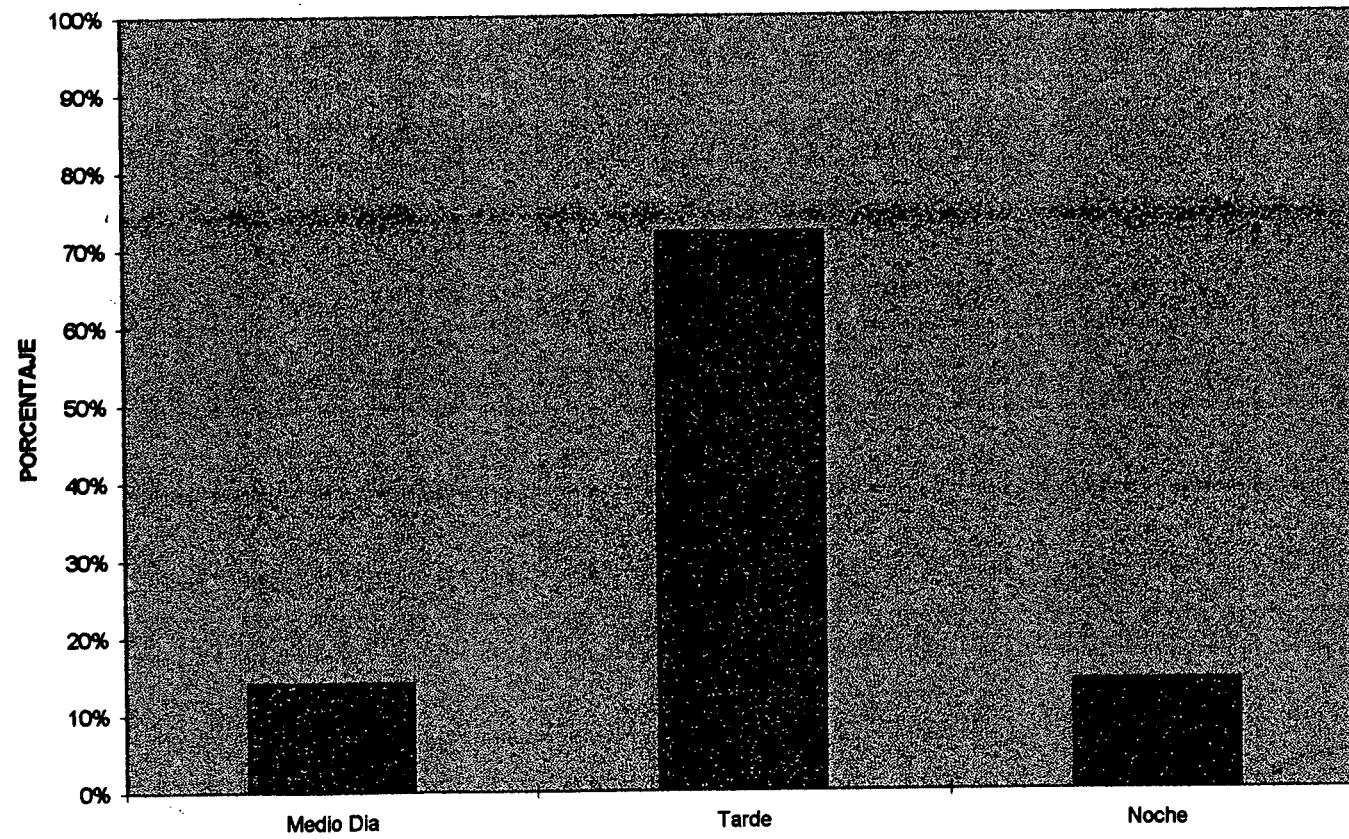
### PLATO MAS VENDIDO



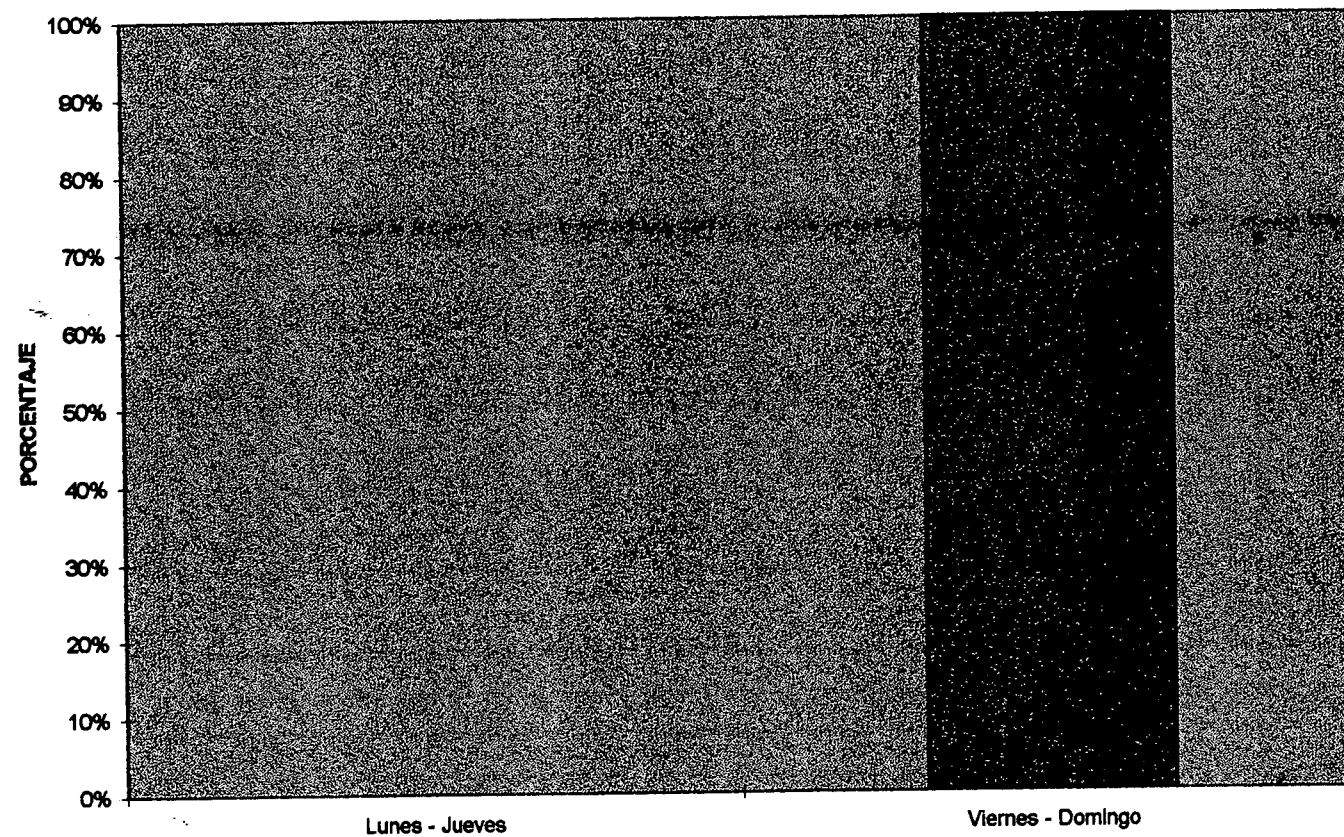
### SITIO DE ENTREGA



### HORARIOS DE MAYOR DEMANDA



### DIAS DE MAYOR DEMANDA



#### **4.3.8 Conclusiones de las Encuestas realizadas al Personal de Entrega a Domicilio.**

*Si bien es cierto que es importante la opinión del Administrador o Gerente para conocer el desenvolvimiento de tal o cual empresa, también lo es la opinión del personal que se encarga de entregar el producto en el domicilio del cliente, razón por la cual ellos también fueron oportunamente encuestados, siendo las conclusiones de este trabajo las que a continuación se detallan.*

*Horario de Servicio:* *Se puede concluir que la ciudad de Quito tiene un nivel aceptable de cobertura de Comida Rápida en lo que a tiempo de entrega se refiere ya que un 43 % de las empresas ofrecen sus servicios por 14 horas o más de cada día y un 57 % lo hace entre 10 y 14 horas.*

*Plato más Vendido:* *Cuando se solicita un servicio a domicilio se trata, se observa que un enorme 86 % de la clientela solicita el producto estrella de la empresa y no así los platos complementarios. Valga el ejemplo de cuando se solicita a una empresa de Pollo Brosterizado, el pedido se circunscribe únicamente al Pollo y muy rara vez a sus complementos, como no sucede cuando el cliente visita el local.*

Sito de entrega: En cuanto a la solicitud de entrega a domicilio es en un alto porcentaje ( 72 % ) originaria de domicilios particulares lo cual explica el porque no piden platos complementarios como se hizo notar en la conclusión anterior.

Horas de Mayor Demanda: Es de singular significación el hecho de que el 72 % de los pedidos se hagan en horas de la tarde, lo que querría decir que en el aspecto de entrega a domicilio los cliente cenar Comida Rápida.

Días de Mayor Demanda: Finalmente se puede concluir que un amplísimo porcentaje ( casi el 100 % ) de las entregas a domicilio se hacen entre el viernes y el domingo, lo que permite concluir que los clientes de Comida Rápida a domicilio son grupos familiares antes de individuos aislados.

## ***ANEXO. 1***

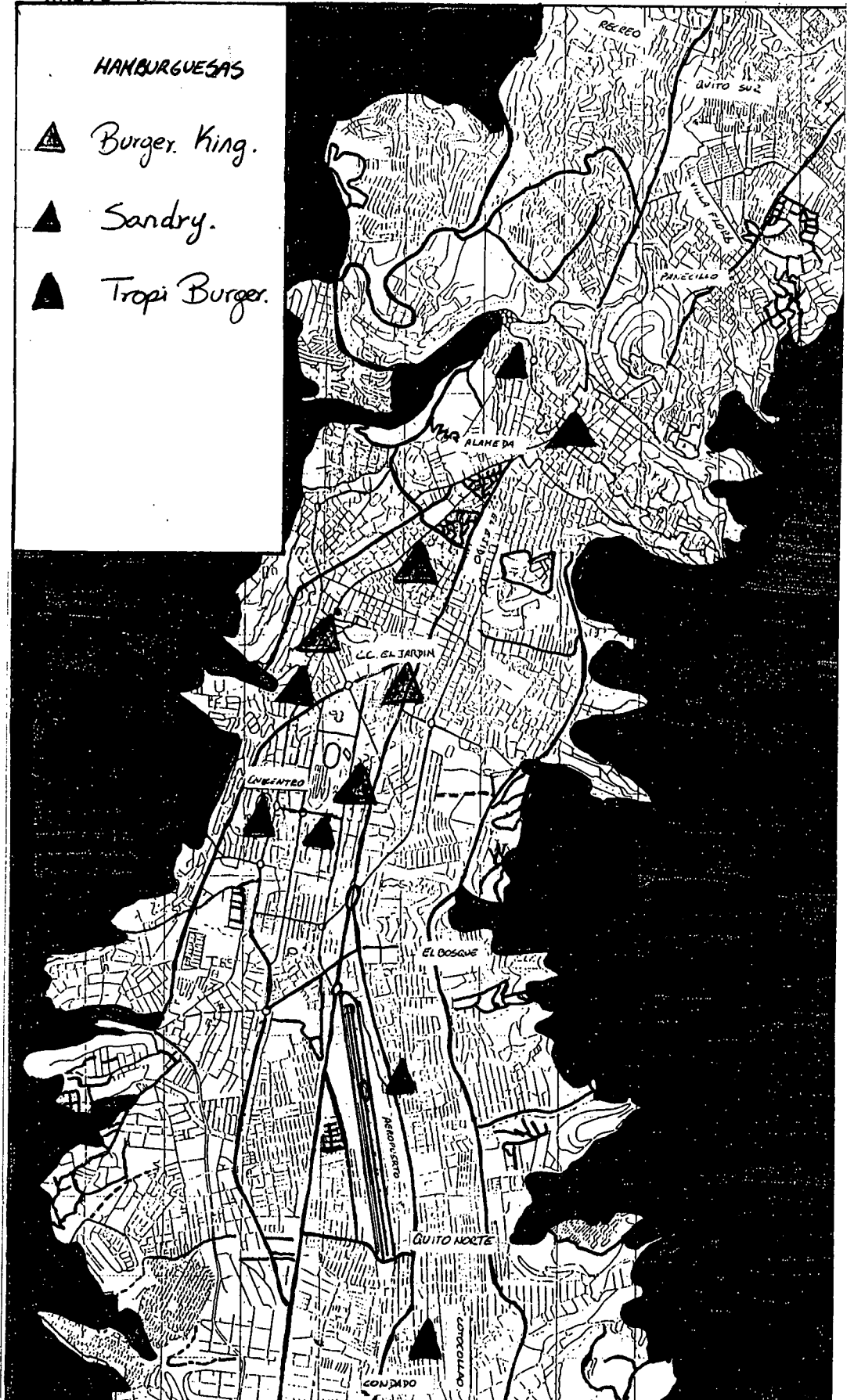
### ***JUSTIFICACION DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS***



ANEJO No 2

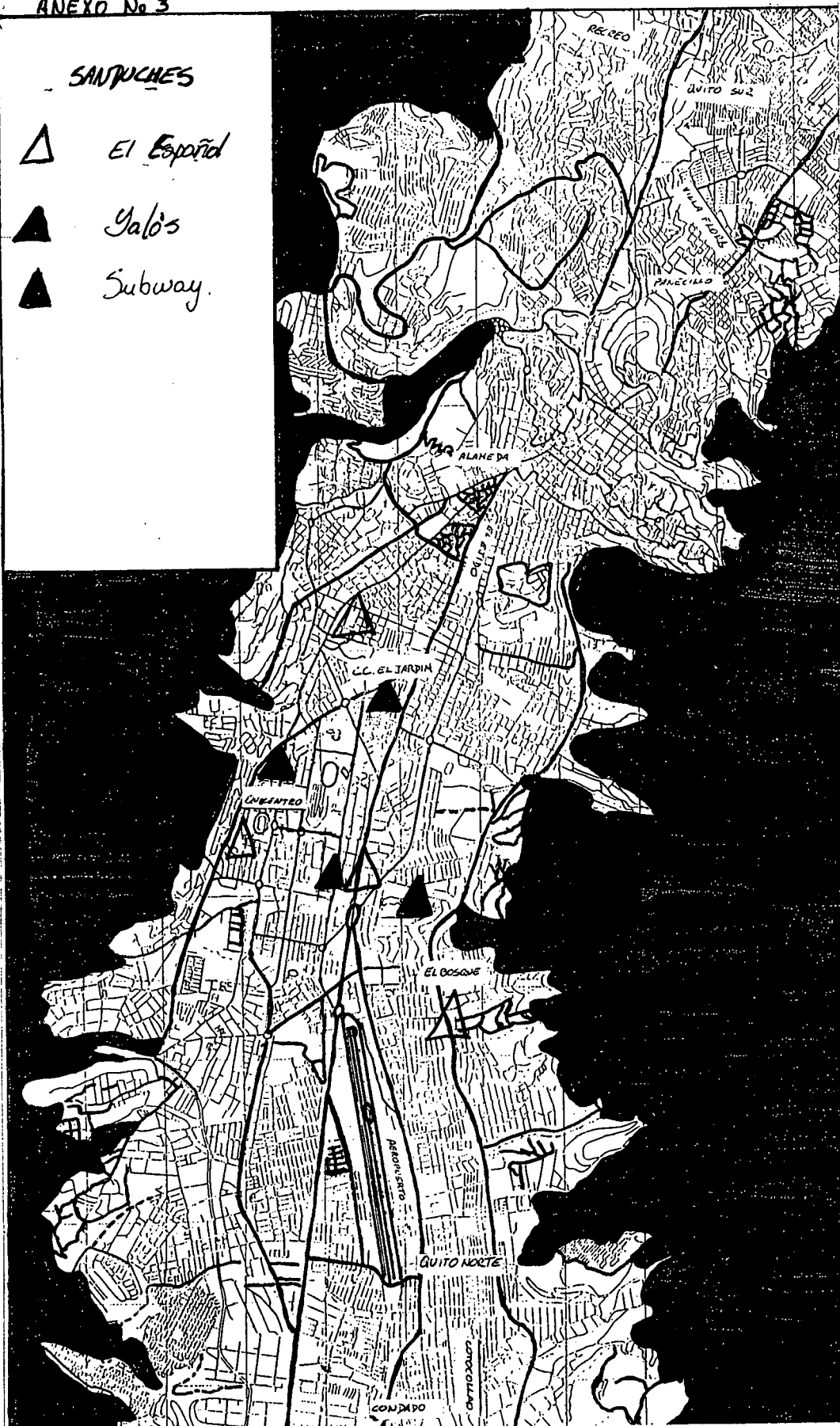
HAMBURGUESAS

- ▲ Burger King.
- ▲ Sandry.
- ▲ Tropi Burger.



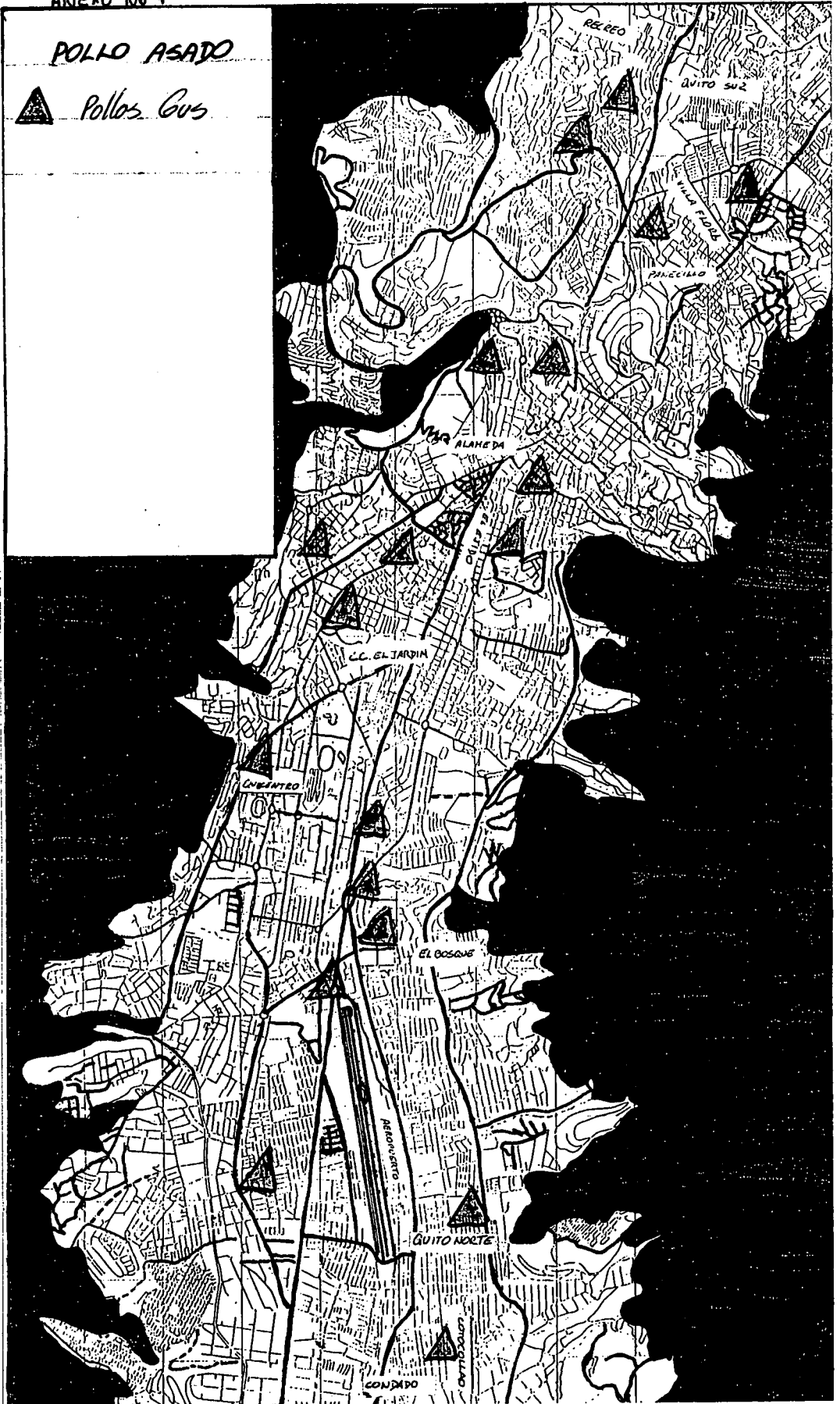
SANBUCHES

- △ El Español
- ▲ Galo's
- ▲ Subway



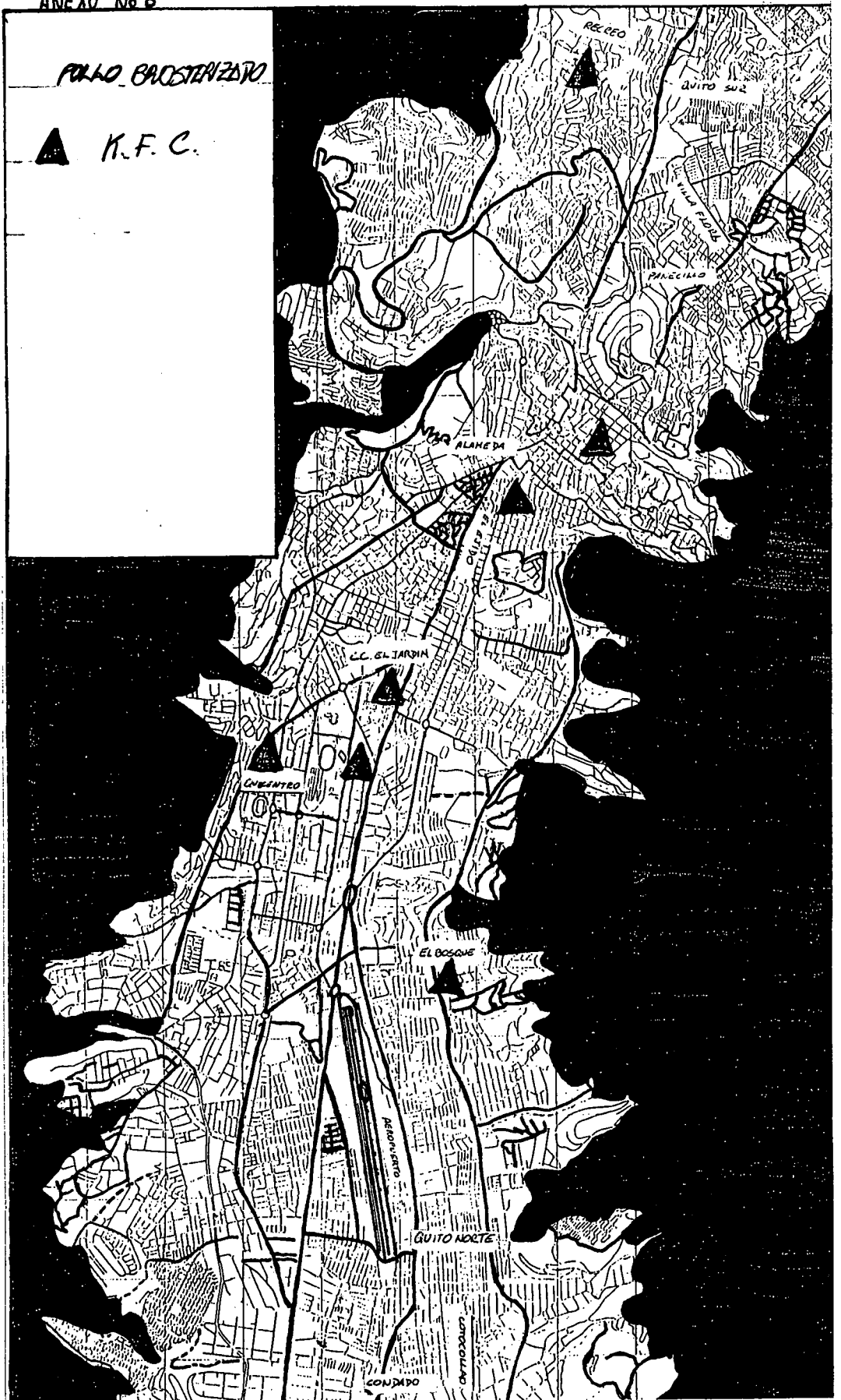
POLLO ASADO

▲ Pollos Gus



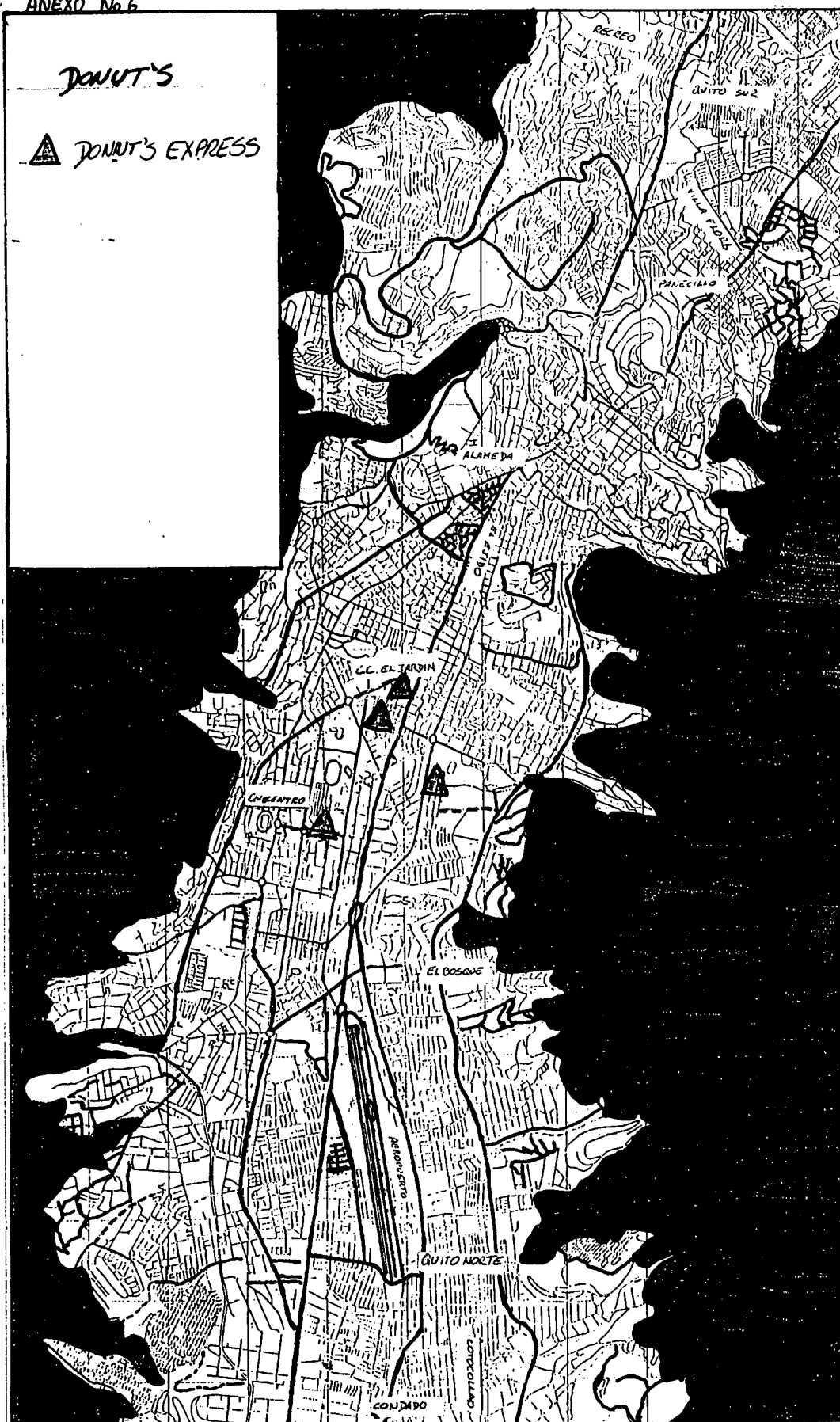
PARQUE BASTIENZANO

▲ K.F.C.



DONUT'S

▲ DONUT'S EXPRESS



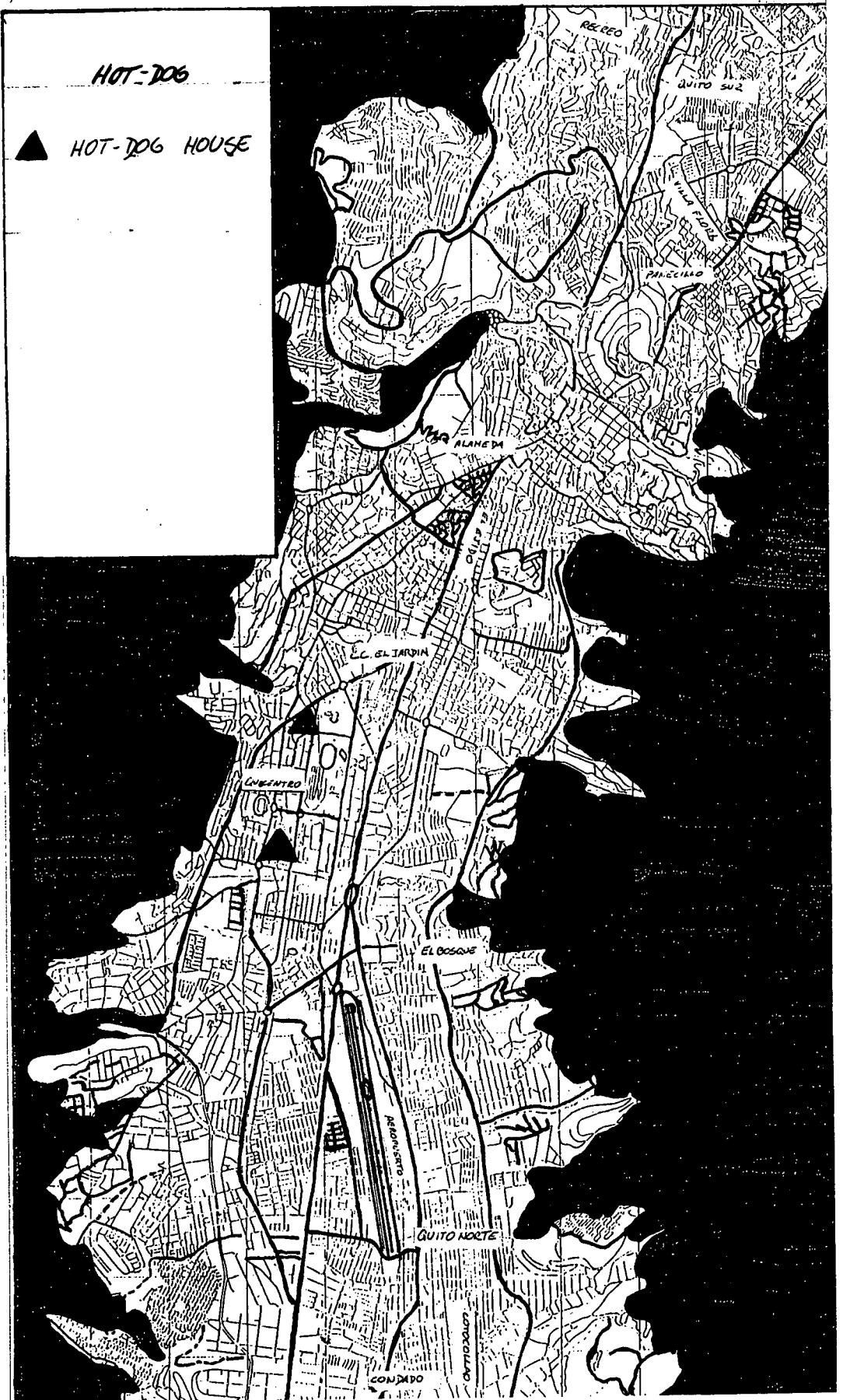
$\Delta$  CEVICHES RUMINANT



HOT-DOG

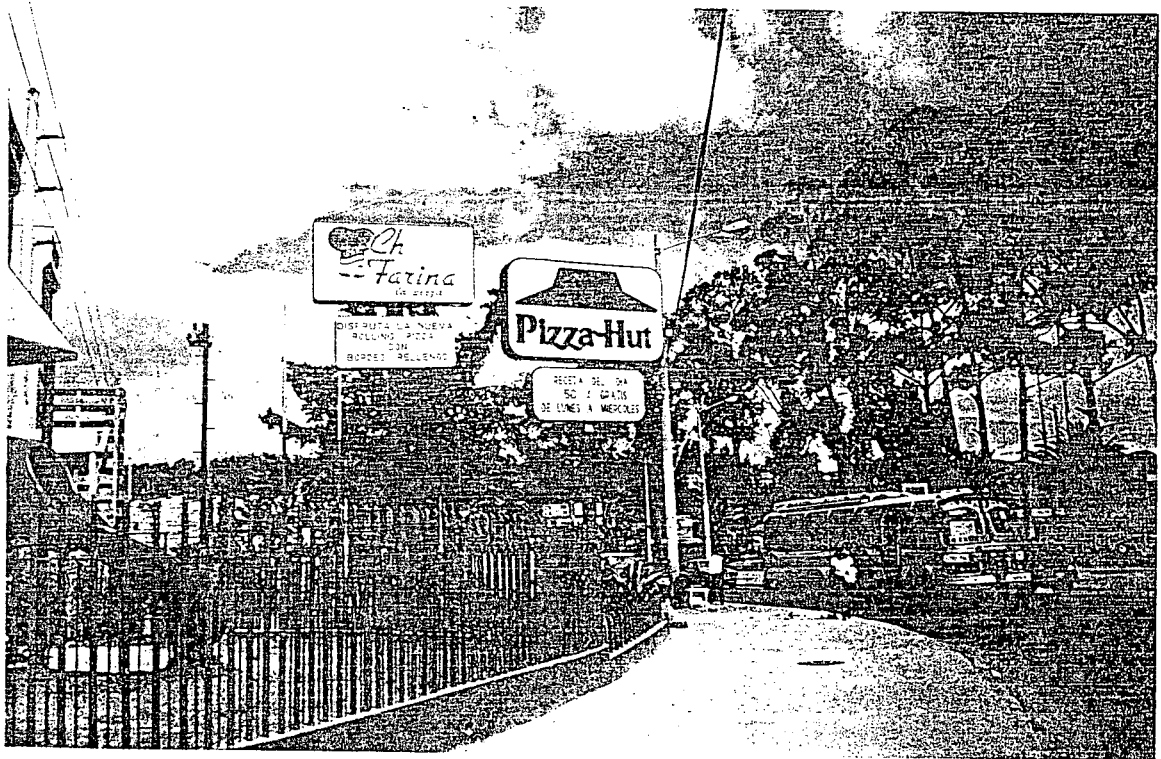


HOT-DOG HOUSE



## ***ANEXO 2***

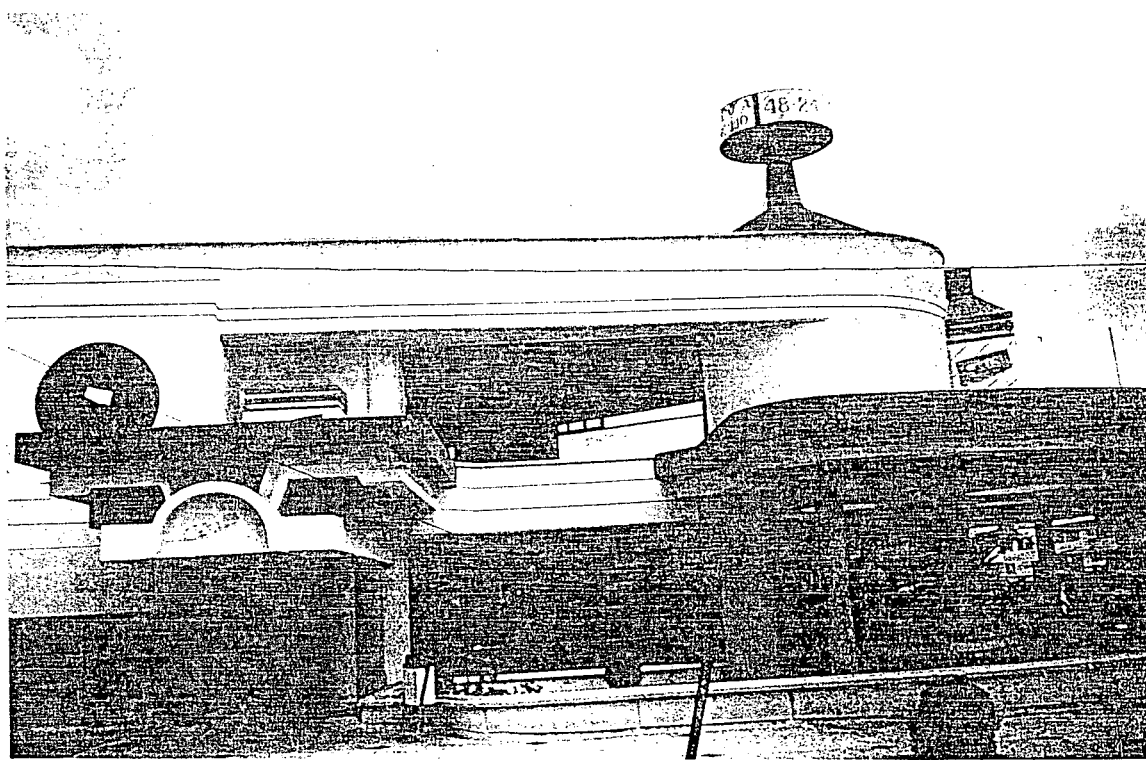
### ***FOTOGRAFIAS DE LAS EMPRESAS SELECCIONADAS***

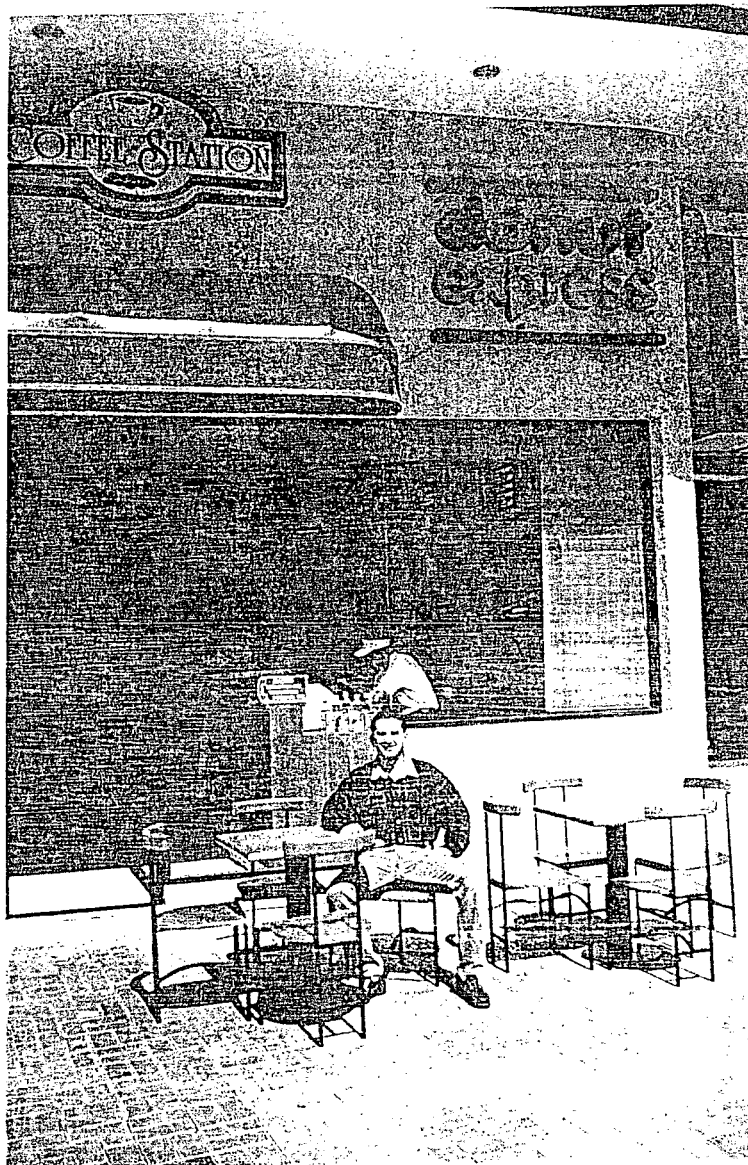














## ***ANEXO 3***

### ***ENCUESTAS REALIZADAS A AS EMPRESAS SELECCIONADAS***

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CH' FARINA

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Pizza Especial CH' Farina

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☒ MEDIANO ☒ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

EL HORNERO

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☐ NOCHE ☒

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Pizza Especial El Hornero

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----BURGER KING-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☒ NOCHE ☒

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Promexión (Whisper)-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☒

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----EL ESPAÑOL-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☒ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Tipica Sonaluche Español-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----POLLOS GUS-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☒

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☒

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Promocion (Cambi 4)-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA: 1907 97

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----K.F.C.-----

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

-----Polla Broster-----

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CEVICHE'S PUHINAHUI

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☒ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Ceviche de Camarón

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☒

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

DONUT EXPRESS

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Donut de Chocolate

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☐ NO ☒

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CHIFA HOY FLOWER

CARGO: ADMINISTRADOR : ☒ SEXO: MASC : ☒

GERENTE: ☐ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☒

MAS DE 1 AÑO: ☐

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☒

TODOS LOS ANTERIORES ☐

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☐ TARDE ☒ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

Chorizo Especial

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☒ POCO ☐

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 1

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

\_\_\_\_HOT DOG HOUSE\_\_\_\_

CARGO: ADMINISTRADOR : ☐ SEXO: MASC : ☐

GERENTE: ☒ FEM : ☐

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL CARGO:

1 AÑO: ☐

MAS DE 1 AÑO: ☒

EL CLIENTE MAYORITARIO EN QUE EDAD ESTA:

0-20 AÑOS ☐ 20-30 AÑOS ☐ 30 O MAS AÑOS ☐

TODOS LOS ANTERIORES ☒

HORAS DE MAYOR DEMANDA:

MEDIO DIA ☒ TARDE ☐ NOCHE ☐

PLATO PREFERIDO DE LOS CLIENTES:

\_\_\_\_Típico Hot Dog Americano\_\_\_\_

SERVICIO A DOMICILIO: SI ☒ NO ☐

MUCHO ☐ MEDIANO ☐ POCO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

CH' FARINA

HORARIO DEL SERVICIO:

14 horas

PLATO MAS VENDIDO:

Pizza Especial Ch. Forno

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☐

Noche ☒

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----HORNER-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Más de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----Pizza Especial "El Hornero"-----

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----POLLOS GUS.-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Más de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----POLLO (PROMEDIOS)-----

A DOMICILIO ☐

EMPRESA ☒

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----KFC-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Menos de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----Tipico Polla Broster-----

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☒

Tarde ☐

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

EL ESPAÑOL

HORARIO DEL SERVICIO:

Menos de 14 horas

PLATO MAS VENDIDO:

Típico Sandwich Español

A DOMICILIO ☐

EMPRESA ☒

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

MAY FLOWER

HORARIO DEL SERVICIO:

Menos de 14 horas

PLATO MAS VENDIDO:

ca. OTROS (De Todo)

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

ENCUESTA N# 2

FECHA:

DIA MES AÑO

NOMBRE COMERCIAL DE LA EMPRESA:

-----HOT DOG HOUSE-----

HORARIO DEL SERVICIO:

-----Menos de 14 horas-----

PLATO MAS VENDIDO:

-----Típico Hot Dog Americano-----

A DOMICILIO ☒

EMPRESA ☐

HORAS DE MAS DEMANDA:

Medio día ☐

Tarde ☒

Noche ☐

DIAS DE LA SEMANA DE MAYOR ENTREGA:

LUNES - JUEVES ☐ VIERNES A DOMINGO ☒

## CONCLUSIONES

*Luego del desarrollo del presente trabajo se puede concluir que el incipiente comienzo de la Comidas Rápidas en los años setenta y su posterior auge y desarrollo en las posteriores dos décadas es una consecuencia lógica de la globalización de las condiciones socio - económicas a nivel mundial, las cuales exigen de la sociedades un ritmo de trabajo rápido y eficiente, lo cual obligadamente deja de lado la satisfacción de las necesidades como la alimentación en condiciones de antaño, es decir, el desplazamiento del individuo a su hogar para el almuerzo y su posterior regreso al sitio de trabajo, esto lamentablemente ya no va más, crea automáticamente la necesidad de alimentarse en el menor tiempo posible, siendo en ese ámbito donde las empresas de Comidas Rápidas han proliferado con notable éxito, ofreciendo no solamente calidad y celeridad en sus productos gastronómicos, sino también variedad que es lo que permite que dichas empresas puedan subsistir a lo largo del tiempo.*

*También se puede manifestar que son varias las empresas a nivel mundial las que en las últimas décadas las que han incursionado con mucho éxito en el mercado local y de la información recabada será aún más su influencia en la próxima década.*

## **RECOMENDACIONES**

*Luego de la investigación realizada resulta claro que no ha sido posible realizar una cobertura en profundidad del tema expuesto razón por la cual se recomienda futuras investigaciones en forma más pormenorizada, con la condición de que en este aspecto de la gastronomía y restauración ecuatoriana queden suficientemente documentadas con la finalidad de que a futuro sirvan como fuente de información para proyectos que en esta área el país quiera desarrollar, ya que solamente conociendo a cabalidad nuestros recursos y potencialidades se podrá avizorar un futuro promisorio para esta rama que es muy importante y complementaria en*

***“Industria del Turismo” en el Ecuador.***

## ***BIBLIOGRAFÍA***

- AMÉRICA ECONÓMICA, Franquicias: Gerencia Rápida , Número 87, Septiembre de 1.994
- ANUARIO TURÍSTICO, Quito, Número 17, 1.994
- CANO COBOS Alejandro, Principios de Investigación, Quito, Editorial Universitaria, 1.986
- COMPTON'S INTERACTIVE ENCYCLOPEDIA, Franchise Fast Food, Copyright 1.993-1995
- COSAS, Franquicias : Nuevo estilo Gerencial, Freire Juan Francisco, Número 41, Agosto de 1.997 , pp. 70
- CHEF CARTA GASTRONÓMICA, Los Mejores Restaurantes, Número 2, 1987
- EKOS, Como Manejar con Éxito su Propio Restaurante, Número 14, Octubre de 1.994
- EKOS, Fast, Fast, Food, Número 27, Abril de 1.994
- ESCUELA DALY DE HOSTELERÍA Y TURISMO, Servicio de Comedor, Editorial Daly, S.
- FRANCHISE, Oportunite Guide, Número 58, 1.996
- FRIED, Michell O. Comidas del Ecuador, Quinta Edición, Quito, 1993

- GONZÁLEZ CAVIDO, La Experiencia de las Franquicias, Editorial Mc. Graw-Hill, primera Edición México 1.994
- LUNDERBERG, Donald E. , Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes, España, Editorial Océano, Cuarta Edición, Quito, 11.986
- MASON Robert D., Estadística para Administración y Economía, México, Editorial, S.A., 1992
- INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR, Plano Guía, 1.997
- OCÉANO UNO. Diccionario Enciclopédico Ilustrado, Editorial Océano, 1.994

## **GLOSARIO**

**Accesible:** La accesibilidad se da por la ubicación, y esto permite un ingreso fácil a un determinado lugar.

**Acogida:** Ser bien recibido, admitido o aceptado dentro de un mercado específico.

**Actitud:** Es el sentimiento o reacción mental con respecto a un asunto.

**Adaptarse:** Es el proceso de en el que alguien o algo se siente identificado con algo específico.

**Adolescente:** Fase del desarrollo psicológico de todo individuo, que comienza a los doce años con aparición de modificaciones morfológicas y fisiológicas, que caracterizan la pubertad. En el hombre es hasta los 18 años y en la mujer hasta los 16 años.

**Agresivo:** Medios fuertes para atacar y conseguir un fin.

**Alimentos:** Cualquier sustancia que pueda ser asimilada por el organismo y usada para mantener sus funciones vitales. Son asistencias que se dan para el sustento de una persona.

**Alternativa:** Opción entre dos cosas. derecho de las personas para ejecutar alguna cosa o gozar de ella alternando con otro.

**Area:** Zona o región. Espacio de tierra que ocupa un edificio, zona determinada a una cosa.

**Anagrama:** Palabra que resulta de la intervención o transposición de las letras de otra.

**Asignar:** Señalar lo que corresponde a una persona o cosa.

**Atención:** Acoger favorablemente o satisfacer un deseo.

**Auténtico:** Acreditado de cierto y positivo, que hace fe pública.

**Banquetes:** Son servicios que prestan algunos restaurantes o empresas especializadas en comidas, para dar servicio de atención en lugares determinados.

**Bar:** establecimientos con mostrador o barra, en el que se sirven bebidas y alimentos ligeros. Lugar o mueble donde se guardan las bebidas.

**Bebida:** Líquido que se ingiere por la boca, y está compuesto por la horchata o los medicinales y especialmente los alcohólicos.

**Bufete:** Servicio que presta un restaurante o compañía de comidas, en el cual los clientes pasan por un mostrador que contiene diferentes tipos de platos.

**Cadena:** Es el conjunto de restaurantes de la misma especie o función, pertenecientes a la misma empresa.

**Cafetería:** Local público donde se sirven cafés y otras bebidas y en ciertos casos aperitivos y comidas en la barra.

**Calidad:** Es la labor bien hecha desde todo punto de vista. Es el valor absoluto de un producto o servicio.

**Cantina:** Puesto público donde se venden bebidas y algunos comestibles.

**Carta:** Lista de manjares y bebidas que se pueden tener en un restaurante o lugar análogo.

**Catering:** Son servicios de comidas diferentes a los de un restaurante.

Un Catering es el acto de servir comidas en un determinado lugar como por ejemplo: colegios, escuelas, industrias, hospitales, fiestas, celebraciones etc. Este servicio es dado por empresas que suministran comidas.

**Centros de diversión:** Son lugares a los que van las personas a distraerse en su tiempo libre, estos pueden ser diurnos o nocturnos.

**Censo:** Padrón o lista de la población o riqueza de una nación o pueblo.

**Cocina:** Dependencia de una casa o local donde se elaboran comidas.

Utensilio con fogones y por lo general, horno para guisar. Por una parte ha sido considerada como el infierno en la tierra, oculto en las

*zonas inferiores de un hotel o añadido de forma precaria a un restaurante autónomo y también ha sido asociada con una planta procesadora metódica con temperatura controlada, bien dirigida por personas experimentadas, un lugar de immaculado acero inoxidable con grandes máquinas para lavar ollas, cuberterías y vajillas. Un lugar digno de respeto y en el cual el trabajo se convierte en una delicia.*

**Comedor:** *Pieza destinada para comer. Mobiliario de esta pieza.*

**Comensal:** *Persona que va a la mesa a expensas de otro, en cuya casa habita como familiar o dependiente, cada una de las personas que comen en la misma mesa.*

**Compartir:** *Repartir, dividir las cosas en partes.*

**Control:** *Comprobación, inspección, intervención, registro.*

**Consumo:** *Gastar en comestibles u otros géneros, el que hace la acción o el efecto de consumir (Gasto).*

**Culinario:** *Es todo lo referente a la cocina.*

**Clasificación:** *Puesto o lugar que se da a los restaurantes ,según la clase y tipo de servicio que preste a sus clientes.*

**Cliente:** *Respecto del que ejerce alguna profesión, persona que utiliza sus servicios.*

**Chef:** Persona preparada y que ha estudiado gastronomía, con experiencia en todas las áreas de la cocina.

**Cristalería:** Es la parte de la vajilla que consiste en vasos, copas y jarras de cristal.

**Cubertería:** Instrumentos que se usan en casas o restaurantes para servirse las comidas.

**Dátiles:** Fruto comestible de la palmera.

**Datos:** Antecedentes necesarios para llegar al conocimiento exacto de una cosa. Documento, testimonio, fundamento.

**Decaer:** Ir de mas a menos.

**Demanda:** Parte del mercado que necesita de la oferta bienes o servicios para que cubra sus necesidades.

**Demanda específica:** Representa a la demanda específica frente a un segmento específico.

**Democracia:** Sistema de Gobierno en que la soberanía pertenece al pueblo, que ejerce el poder bien directamente o bien por medio de representantes. Nación gobernada de esa manera.

**Demografía:** Ciencia cuyo objeto es estudiar la población.

**Desechable:** Se nombra así a cualquier cosa que se reprueba, excluye o menosprecia.

**Digestión:** Es la función de un ser vivo mediante la cual se asegura su nutrición.

**Disponibilidad:** Calidad de disponible. Que cuenta con suficiente tiempo para realizar algo.

**Directivo:** Persona que forma parte del directorio general de una empresa.

**Diversidad:** Abundancia de cosas distintas.

**Dominio:** Poder que uno tiene como empresa sobre el mercado.

**Eficiente:** Facultad para lograr un efecto determinado. Utilización racional de los recursos productivos, adecuándolo a la tecnología existente.

**Elaborar:** Preparar o confeccionar un producto por medio de un trabajo adecuado.

**Empresa:** Es una sociedad mercantil o industria.

**Encopetados quiteños:** Señores de la alta sociedad de Quito. Antiguamente denominados así.

**Encuestas:** Averiguación o pesquisa. Acopio de datos obtenidos, mediante consulta o interrogatorio.

**Endibia:** Planta. Variedad cultivada de modo especial.

**Entrega a domicilio:** Servicio que presta un restaurante determinado de su comida al llevarla a un sitio indicado.

**Entretenimiento:** Preparación previa para realizar cierto trabajo.

**Epoca:** Era, fecha histórica que se utiliza para cómputos cronológicos. Período de tiempo que se señala por los hechos históricos durante él acontecidos. Cualquier espacio de tiempo. Temporada de considerable duración que se usa para denotar que un hecho dejará larga memoria.

**Especialidad:** Producto en cuya preparación sobresalen una persona, establecimiento, región, etc.

**Estructura:** Distribución de las partes de un edificio, del cuerpo o de otra cosa. Armadura de un edificio. Orden con que está compuesta una obra de ingenio.

**Estilo:** Manera peculiar o privada de un restaurante para hacer sus cosas.

**Etiqueta:** Ceremonial que se debe observar en las cosas reales y en actos públicos solemnes.

**Evento:** Son acontecimientos que se realizan para satisfacer necesidades de celebración.

**Exigencias:** Cobrar fuerzas para reclamar algo que es justo para alguien. Es pedir un mejor estilo de vida.

**Exito:** Fin o terminación de un negocio o dependencia. resultado feliz de un negocio, actuación, etc.

**Facilidad:** Disposición para hacer una cosa sin gran trabajo.

**Farra:** (Pez de agua dulce) Se da esta denominación a una celebración, juerga, etc.

**Funcionamiento:** La forma como opera un negocio, es el suceso de funcionar.

**Franciscana:** Viene de San Francisco de Quito.

**Franquicia:** Este término proviene del vocablo francés "franc" que significa "libre". Literalmente y de acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua tiene el significado de "privilegio". En el ámbito comercial, dicho privilegio se evidencia básicamente cuando el propietario de un negocio con las mismas características, incluyendo su marca y tecnología, en un punto geográfico diferente. a cambio, esta persona debe pagar una retribución económica, compuesta esencialmente de una cuota inicial y de pagos periódicos, conocidos como regalías.

**Frecuente:** Repetir un acto o una acción muy a menudo. Tratar con frecuencia a alguien.

**Fritada:** Conjunto de cosas fritas.

**Gama:** Variedad de productos. Que se puede presentar varias opciones en cuanto a diversidad de productos.

**Garantía:** Asegurar una cosa para protegerla contra algún riesgo.

**Gastronomía:** Conjunto de conocimientos y actividades relacionadas con el buen comer.

**Generación:** Acción y efecto de engendrar, procrear. Conjunto de personas de similar edad.

**Guardarropa:** Armario donde se guarda la ropa.

**Guatita:** Comida preparada con el vientre o panza de ganado vacuno.

**Guerra de Precios:** Competencia, por brindar un producto igual o mejor a un precio más conveniente.

**Guisante:** Acción de cocer alimentos en una salsa después de rehogados, ordenar, aderezar alguna cosa.

**Hilo musical:** Secuencia. música que es agradable al oído y se sigue en un determinado lugar.

**Ideología:** Conjunto de ideas, creencias y módulos del pensamiento que caracterizan a un grupo, clase, etc.

**Idóneo:** Que tiene disposición o aptitud para una cosa.

**Imagen:** Representación gravada, dibujada o esculpida de una persona o cosa. Reproducción mental de un objeto a través de los sentidos.

**Implicación:** Relación o repercusión que entraña una cosa.

**Incremento:** Aumento, acercamiento. Parte aumentada.

**Influencia:** Efecto producido a distancia. Poder, autoridad de una persona para intervenir en un negocio.

**Ingreso:** Acto de ser admitido en una corporación, de empezar a gozar de un empleo etc. Prueba que se realiza para iniciar unos estudios.

**Instrumento:** Objeto o maquinaria necesaria para obtener resultados de un trabajo.

**Inmigrantes:** Llegar a un país para establecerse en él.

**Instalación:** Poner en posesión de un empleo o beneficio. Colocar en un lugar o edificio los aparatos o accesorios que en el se hayan de utilizar.

**Inversión:** Empleo de capital en la producción general de bienes o en el aumento de la reserva de bienes productivos. Persona que obtiene

*directamente una imagen positiva sobre la capa fotosensible impresionada.*

**Laborar:** *Gestionar o entregar con algún designio.*

**Lencería:** *Conjunto de ropa blanca o uniforme de una persona o grupos de personas, familias etc.*

**Líder:** *Jefe dirigente con la aceptación voluntaria de sus seguidores. El que va a la cabeza de una clasificación.*

**Ligero:** *Que pesa poco. Hábil, veloz. Leve de poca importancia y consideración.*

**Malestar:** *Indisposición o incomodidad imprecisa. Inquietud moral.*

**Mantener:** *Proveer de alimento necesario. Conservar una cosa. Defender una opinión o sistema.*

**Marca:** *Instrumento para indicar su calidad, peso o tamaño. Señal hecha en una persona, animal o cosa para distinguirla o indicar calidad o pertenencia.*

**Menú:** *Minuta, lista de comidas. El menú constituye la forma de presentación de los platos de un restaurante para llegar a un mercado determinado. Es un punto crítico de éxito..*

**Mercado:** Lugar donde se compran y venden mercancías. Encuentro de las ofertas y demandas individuales que determinan el precio de una mercancía.

**Mesa:** Mueble que se compone de una tabla lisa, sostenida por uno o varios pies y que sirven para comer u otros usos.

**Mesero:** Persona que tiene como oficio atender a las mesas.  
Camarero.

**Modalidad:** Modo de ser o manifestar una cosa.

**Mobiliario:** Conjunto de muebles que se necesitan para la decoración de un local. Parte física de cualquier establecimiento.

**Necesidad:** Manifestación periódica adquirida de la tendencia a cumplir ciertos actos o a utilizar determinados objetos.

**Negocio:** Cualquier ocupación, empleo, o trabajo. Todo lo que es objeto de una ocupación lucrativa o de interés, negociación.

**Nivel de precios:** Índice de precios. Promedio de costos de bienes y servicios. Generación de ofertas más bajas.

**Posicionamiento:** Estar por sobre el resto de la competencia.

**Público:** Manifiesto, notorio, visto o sabido por todos, común.  
Perteneciente al pueblo.

**Platos congelados:** estos se dan desde las comidas más simples o de peor calidad hasta las recetas de los chefs más sofisticados. El proceso es rápido y se requiere de muy bajas temperaturas, utilizando nitrógeno líquido y dióxido de carbono, lo que reduce el daño de la estructura celular del alimento. Algunos artículos incluso mejoran al ser congelados como por ejemplo los productos horneados

**Precio:** Valor pecuniario en que se estima una cosa. Estimación o crédito.

**Precio total de una cosa que se ajusta sin detallar conceptos.**

**Rapidez:** Que tarda poco tiempo en realizar algo.

**Recepción:** Recibir, acoger.

**Relajado:** Persona que toma con menos severidad la observancia de las cosas, leyes, reglas, estatutos, etc.

**Reposición:** Volver a poner; construir, colocar una persona en el lugar que le pertenecía.

**Reputación:** Fama que uno tiene como sobresaliente en una ciencia, arte o profesión.

**Requisito:** Circunstancia o condición necesaria para una cosa.

**Restaurante:** Establecimiento donde se sirven comidas.

**Salón:** Sala, cualquier local espacioso o despejado.