



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN PARADERO TURISTICO – GASTRONÓMICO EN LA QUINTA
SAN JAVIER PARROQUIA LICTO CANTÓN RIOBAMBA
PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2014”**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

ANDREA NATALY ZAVALA MORALES

**RIOBAMBA – ECUADOR
2015**

CERTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación de tesis ha sido revisado y se autoriza su presentación.

Ing. Maribel Vallejo.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICADO

Los miembros de tesis certifican que, el trabajo de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PRARADERO TURÍSTICO GATRONÓMICO EN LA QUINTA SAN JAVIER PARROQUIA LICTO CANTÓN RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO 2014”; de responsabilidad de la Srta. Andrea Nataly Zavala Morales, ha sido revisado y se autoriza su publicación.

Ing. Maribel Vallejo.
DIRECTORA DE TESIS

Lic. Efraín Romero.
MIEMBRO TRIBUNAL

Riobamba, 29 de Septiembre de 2015

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Facultad de Salud Pública y a la Escuela de Gastronomía que me abrieron sus puertas brindándome una profesión digna y preparándome para un futuro competitivo.

A mis profesores: a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, en especial quiero agradecer a la Ing. Maribel Vallejo y al Lic. Efraín Romero que han puesto su tiempo y orientación para culminar este proyecto.

A Dios: Por permitirme concluir con el primero de muchos objetivos que tendré en mi vida. Por los triunfos y los fracasos que cada día me hicieron aprender y madurar.

A mis Padres: Les agradezco por haberme educado y soportado mis errores. Gracias por sus consejos por el amor que siempre me han brindado por cultivar e inculcar en mi ese sabio don de la responsabilidad y el respeto, gracias por el cariño y el apoyo que me brindaron para culminar mi carrera profesional.

A ti hermano: Te agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo que me supiste brindar para lograr este primer paso en mi vida.

A mis amigas: gracias a usted que con su apoyo y motivación supieron encaminar mi vida impulsándome para llegar a este momento estoy segura que sin su ayuda no lo hubiera logrado.

DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo de este proyecto de tesis a Dios ser supremo por haberme permitido llegar hasta este punto por haberme dado salud para lograr mis objetivos además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Oswaldo y Gina, a mi hermano Johao por ser el motor de mi vida por su inmenso amor y paciencia, por el apoyo incondicional que me han brindado para poder culminar mi carrera.

A mis amigas por estar siempre ahí conmigo dándome ánimo para poder seguir adelante por sus palabras de aliento, cariño y amor.

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo fue desarrollar el estudio de factibilidad para la implementación de un Paradero Turístico Gastronómico en la parroquia Licto. Para este trabajo y el estudio de mercado, se utilizaron diferentes técnicas de investigación, como la encuesta con un 60% de aceptación, la población objetivo fue de 225.741 personas económicamente activas. Con una muestra de 277 personas, satisfaciendo de esta manera el 12% de la demanda insatisfecha de la población. El estudio técnico permitió diseñar la planta de producción, su capacidad, los diferentes equipos y maquinarias de producción, a ser utilizados para la puesta en marcha del establecimiento, con un área de $135 m^2$, ubicado en la vía Riobamba- Licto. El monto de inversión que se requiere es de \$56.388,49. En el estudio administrativo mercantil determino la figura legal a seguir que fue una Sociedad de Responsabilidad Limitada, permitiendo establecer el organigrama de la empresa así como las funciones del personal y el estudio ambiental está basado en estándares emitidos por el Ministerio del Ambiente. En conclusión la evaluación financiera, determinó que el proyecto es viable y rentable, debido a que alcanza a una tasa interna de retorno (TIR) de 21%, porcentaje mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) que es del 13%, y el beneficio/costo (BC) \$ 1,63 concluyendo que el estudio es factible y económicamente viable. Se recomienda que en las próximas investigaciones continúen con esta clase de proyectos ya que favorecen a la gente de este sector de una manera positiva.

SUMMARY

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	OBJETIVOS	3
a.	OBJETIVO GENERAL	3
b.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	3
III.	MARCO TEÓRICO	3
a.	RESEÑA HISTÓRICA PROVINCIA DE CHIMBORAZO	4
b.	INFORMACIÓN DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA	4
i.	DATOS DE INTERÉS	7
c.	PARROQUIA LICTO	7
d.	LIMITES DE LA PARROQUIA	8
e.	QUINTA SAN JAVIER	9
ii.	Antecedentes de la Quinta San Javier	9
f.	PARADERO	10
g.	PARADERO TURÍSTICO RECREACIONAL	11
h.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	12
iii.	Aspectos técnicos	12
iv.	Aspectos Jurídicos – Mercantiles	12
v.	Estrategias de Marketing	13
vi.	Gestión del Talento Humano	13
vii.	Aspectos Económicos – Financieros	13
viii.	Aspectos Ambientales	14
IV.	METODOLOGÍA	15
a.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	15
i.	Variables	15
ii.	Identificación	15
iii.	Estudio de mercado	15
iv.	Viabilidad Económica y Financiera	16
v.	OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES	16
b.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	17
i.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	17
ii.	INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL	17
c.	POBLACIÓN Y MUESTRA	17
i.	Técnicas de investigación o información	17

ii.	Determinación de la muestra.....	18
iii.	Demanda actual.....	20
iv.	Demanda proyectada.....	20
v.	La oferta.....	21
vi.	Demanda insatisfecha.....	22
d.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	22
i.	Investigación de Mercado y Marketing.....	23
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	25
a.	PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS.....	25
i.	Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado y marketing.....	26
ii.	DISCUSIÓN.....	46
VI.	PLAN DE EMPRESA.....	47
a.	ASPECTOS TECNICOS.....	47
i.	Determinación del tamaño de la empresa.....	47
ii.	Capacidad de oferta del servicio.....	47
iii.	Porcentaje de utilización instalada y maquinaria.....	48
iv.	Jornada de trabajo y turnos.....	48
v.	Localización.....	50
vi.	Proceso de oferta del servicio.....	52
vii.	Viabilidad Técnica.....	69
b.	ASPECTOS JURIDICOS – MERCANTILES.....	74
i.	Forma jurídica elegida para el proyecto.....	74
ii.	Requisitos legales para la constitución de la empresa.....	76
iii.	Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa.....	79
iv.	Gastos de constitución.....	80
c.	ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	81
iii.	Distribución.....	88
iv.	Plan de comunicación.....	89
v.	Estrategias de mercado.....	93
vi.	Competencia.....	95
d.	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.....	97
i.	Determinación del talento humano.....	97
ii.	Descripción de los puestos de trabajo.....	98

iii.	Perfil de los trabajadores.	105
iv.	Costes salariales	107
v.	Organización de la empresa	108
vi.	Programa operativo	110
vii.	Organigrama empresarial	111
viii.	Selección y contratación del talento humano.	111
e.	ASPECTOS ECONOMICOS – FINANCIEROS.	113
i.	Objetivos empresariales.	114
II.	Estructura de balance.	114
f.	ESTUDIO AMBIENTAL	137
i.	Identificación de acciones que pueden causar impacto	137
ii.	Paradero turístico gastronómico.	140
VII.	CONCLUSIONES	142
VIII.	RECOMENDACIONES	143
X.	ANEXO	147

INDICES DE CUADROS

Cuadro 1 Población objetivo	17
Cuadro 2. Distribución de la muestra por parroquias	19
Cuadro 3 Población Demandante	20
Cuadro 4 Demanda Proyectada.....	21
Cuadro 5 Oferta Actual Anual	21
Cuadro 6 Oferta Proyectada	22
Cuadro 7 Demanda Insatisfecha.....	22
Cuadro 8 Género	26
Cuadro 9 Edad.....	26
Cuadro 10 Estado civil	28
Cuadro 11 Profesión	29
Cuadro 12 Ingresos.....	30
Cuadro 13 Nivel de conocimiento	31
Cuadro 14 Aceptabilidad.....	32
Cuadro 15 Ubicación.....	33
Cuadro 16 Actividades de distracción	34
Cuadro 17 Comida preferida	35
Cuadro 18 Platos típicos	36
Cuadro 19 Número de personas	37
Cuadro 20 Frecuencia de visita.....	38
Cuadro 21 Gasto por persona.....	39
Cuadro 22 Medios de comunicación	40
Cuadro 23 Frecuencia radial	41
Cuadro 24 Televisión local.....	42
Cuadro 25 Programa de internet.....	43
Cuadro 26 Actividades de distracción	44
Cuadro 27 Forma de pago	45
Cuadro 28 Demanda Insatisfecha.....	47
Cuadro 29 Capacidad de atención.....	47
Cuadro 30 Capacidad de oferta del servicio	48
Cuadro 31 Turnos de trabajo de Chefs, ayudante, steward y meseros	48
Cuadro 32 Turno de trabajo de los encargados del área húmeda.	48
Cuadro 33 Turno de trabajo de los encargados del área de recreación.	49
Cuadro 34 Turno de trabajo del Guardia de Seguridad.	49
Cuadro 35 Receta estándar Hornado	56
Cuadro 36 Receta estándar Cuy Asado.....	57
Cuadro 37 Receta estándar Mote Pillo	58
Cuadro 38 Receta estándar Llapingachos	59
Cuadro 39 Receta estándar Bolón de verde y café.....	60

Cuadro 40 Receta estándar Ceviche de Camarón.....	61
Cuadro 41 Receta estándar Arroz con menestra y carne asada.....	62
Cuadro 42 Receta estándar Arroz con Camarón	63
Cuadro 43 Distribución del área de alimentación.....	66
Cuadro 44 Distribución del área húmeda.....	66
Cuadro 45 Distribución del área de distracción.....	66
Cuadro 46 Capital de Trabajo (dólares)	69
Cuadro 47 Maquinaria y Equipo.....	69
Cuadro 48 Muebles y Enseres.....	70
Cuadro 49 Menaje y Vajilla	70
Cuadro 50 Consolidado de Materia Prima	71
Cuadro 51 Útiles de aseo (dólares).....	72
Cuadro 52 Depreciaciones (dólares).....	72
Cuadro 53 Servicios Básicos (dólares)	72
Cuadro 54 Costos salariales mano de obra directa (dólares)	73
Cuadro 55 Costos salariales mano de obra indirecta (dólares)	73
Cuadro 56 Servicios profesionales del contador	73
Cuadro 57 Gastos de instalación (dólares)	73
Cuadro 58 Costo de combustible	73
Cuadro 59 Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa.....	79
Cuadro 60 Gastos de constitución	80
Cuadro 61 Marca	82
Cuadro 62 Productos	82
Cuadro 63 Ciclo de vida del producto o servicio	83
Cuadro 64 Costo de producción por plato.....	85
Cuadro 65 Márgenes de utilidad del hornado	85
Cuadro 66 Márgenes de utilidad del Cuy asado	85
Cuadro 67 Márgenes de utilidad del Mote pillo	85
Cuadro 68 Márgenes de utilidad del Llapingacho	86
Cuadro 69 Márgenes de utilidad del Bolón de verde	86
Cuadro 70 Márgenes de utilidad del Ceviche de camarón.....	86
Cuadro 71 Márgenes de utilidad del Arroz con menestra y carne asada.....	86
Cuadro 72 Márgenes de utilidad del Arroz con camarón	87
Cuadro 73 Análisis de precio	87
Cuadro 74 Precio al público	88
Cuadro 75 Guion para televisión.....	90
Cuadro 76 Costo del plan publicitario	95
Cuadro 77 Activos fijos del área de recepción (dólares).....	95
Cuadro 78 Competencia	95
Cuadro 79 Costos salariales mano de obra directa (dólares)	107
Cuadro 80 Costos salariales mano de obra indirecta (dólares)	107
Cuadro 81 Servicios profesionales del contador (dólares).....	108

Cuadro 82 Gastos de selección de personal.....	113
Cuadro 83 Activos fijos	115
Cuadro 84 Muebles de oficina.....	115
Cuadro 85 Equipo de cómputo.....	116
Cuadro 86 Maquinaria y Equipo (dólares).....	116
Cuadro 87 Muebles y enseres	116
Cuadro 88 Consolidado de Materia Prima	116
Cuadro 89 Menaje y Vajilla	117
Cuadro 90 Costos salariales mano de obra directa (dólares)	118
Cuadro 91 Costos salariales mano de obra indirecta (dólares)	118
Cuadro 92 Servicios profesionales del contador	119
Cuadro 93 Depreciaciones.....	119
Cuadro 94 Amortización.....	119
Cuadro 95 Gastos de constitución	120
Cuadro 96 Gastos de organización.....	121
Cuadro 97 Gastos de instalación	121
Cuadro 98 Investigación y desarrollo	121
Cuadro 99 Capital de Trabajo (dólares)	121
Cuadro 100 Inversiones (dólares)	122
Cuadro 101 Fuentes y Usos (dólares)	122
Cuadro 102 Ventas (dólares)	125
Cuadro 103 Proyección de Ingresos	125
Cuadro 104 Costo de producción.....	126
Cuadro 105 Gastos de Administrativos (dólares).....	126
Cuadro 106 Gasto de Ventas (dólares).....	128
Cuadro 107 Gastos Financieros (dólares)	128
Cuadro 108 Estado de Situación inicial (dólares).....	128
Cuadro 109 Estado de Pérdidas y Ganancias (dólares).	129
Cuadro 110 Flujo de caja	130
Cuadro 111 Sumatoria de VAN 1 Y VAN 2	132
Cuadro 112 Punto de Equilibrio en Dólares	134
Cuadro 113 Punto de Equilibrio en clientes	135

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 Género.....	26
Grafico 2 Edad	27
Grafico 3 Estado civil	28
Grafico 4 Profesión	29
Grafico 5 Ingresos.....	30
Grafico 6 Nivel de conocimiento.....	31
Grafico 7 Aceptabilidad	32
Grafico 8 Ubicación.....	33
Grafico 9 Actividades de distracción	34
Grafico 10 Comida preferida	35
Grafico 11 Platos típicos	36
Grafico 12 Número de personas	37
Grafico 13 Frecuencia de visita.....	38
Grafico 14 Gasto por persona.....	39
Grafico 15 Medios de comunicación	40
Grafico 16 Frecuencia radial	41
Grafico 17 Televisión local	42
Grafico 18 Programa de internet.....	43
Grafico 19 Actividades de distracción	44
Grafico 20 Forma de pago	45
Grafico 21 División política del cantón Riobamba.....	50
Grafico 22 Mapa parroquia Licto	51
Grafico 23 Diagrama de distribución del área de recepción, alimentación y área húmeda.....	67
Grafico 24 Diagrama de distribución del área de recreación.....	68
Grafico 25 Logotipo.....	82
Grafico 26 Pagina web	92
Grafico 27 Página de Facebook.....	93
Grafico 28 Organigrama estructural.....	111

INDICE DE FLUJOGRAMAS

Flujograma 1 oferta del servicio	52
Flujograma 2 oferta del Servicio de alimentación.....	53
Flujograma 3 oferta del Servicio de Área húmeda	54
Flujograma 4 oferta del Servicio del área de recreación	55
Flujograma 5 Adquisición de materia prima	64
Flujograma 6 elaboración de productos	64

I. INTRODUCCIÓN

Los paraderos turísticos desde hace mucho tiempo atrás eran sitios donde la gente llegaba y se alojaba, hoy en día un paradero o parador es un lugar cerca de la carretera que cumple en algunos casos la misma función de hace algunos años atrás pero con un valor agregado que vendría a ser la parte gastronómica o de alimentación.

Es por ese motivo que se decide realizar la presente investigación para conocer la factibilidad de la implementación de un paradero turístico gastronómico en la parroquia Licto del cantón Riobamba, ya que en la misma no existe un centro con estas características y que sería de gran ayuda para dar a conocer al cantón y sus atractivos.

Es así que se hace vital la creación de nuevas alternativas para la generación de empleo e ingresos económicos que complementando las actividades propias de quienes trabajan en el sector permitan mejorar las condiciones de vida de la población local y se mantenga en mejor estado los recursos naturales.

El presente trabajo está conformado por ocho capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I introducción. El capítulo II objetivos. En el capítulo III marco teórico. El capítulo IV metodología, dentro de ella se encuentra la localización y temporalización, tipo y diseño de la investigación, población y muestra; y descripción de procedimiento. En el capítulo V presentación, tabulación y análisis de los resultados. El capítulo VI plan de empresa, donde se detallan los aspectos técnicos, aspectos jurídicos mercantiles, estrategias de marketing, gestión del talento humano, aspectos económicos – financieros y los aspectos ambientales. Finalmente en el capítulo VII y VIII esta las conclusiones y recomendaciones respectivas de la presente investigación.

II. OBJETIVOS.

a. OBJETIVO GENERAL.

Desarrollar el estudio de factibilidad para la implementación de un paradero turístico - gastronómico en la Quinta San Javier Parroquia Licto Cantón Riobamba Provincia de Chimborazo.

b. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la Demanda Insatisfecha, Marketing mix, La competencia y el Segmento de mercado.
- Desarrollar el plan de empresa para el paradero turístico – gastronómico en la parroquia Licto.
- Determinar la viabilidad económica financiera del proyecto

III. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

a. RESEÑA HISTÓRICA PROVINCIA DE CHIMBORAZO

La provincia de Chimborazo, es una provincia de la República del Ecuador, situada en la zona central del pasillo interandino. Es conocida como la «provincia de las altas cumbres», debido a que en ella se encuentran varias de las cumbres más elevadas del país, como El Carihuayrazo, el Altar, El Iguayata, el Tungurahua, el Sangay, entre otros, que en algunos casos comparte con otras provincias. En la cordillera occidental se encuentra el volcán Chimborazo, que da nombre a la provincia y con una altura de 6.310 msnm, se constituye en la mayor elevación del país.

La provincia tiene una superficie cercana a los 6.500 km² y posee una población total de 509.352 habitantes, siendo la novena provincia más poblada del Ecuador.

La capital de la provincia es la ciudad de Riobamba, una de las más importantes del país, conocida como « La Sultana de los Andes », que se encuentra ubicada en el centro-norte de la misma, a una altitud de 2.750. (6)

b. INFORMACIÓN DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

El 19 de Agosto de 1534 se reúne el primer cabildo del Ecuador, en el que se realiza el primer empadronamiento, dando como resultado la presencia de 68 vecinos de la ciudad, luego el mismo cabildo se reunirá por segunda vez el 28 de agosto del mismo año.

En los siglos XIX y primeras décadas del XX el Municipio de Riobamba fue copartícipe de los abataones y transformaciones que sufrió la República y fue entidad protagónica de los acontecimientos más relevantes del Ecuador Colonial y Republicano.

Riobamba con el Municipio como orientador y guía de las acciones, tuvo una actitud protagónica del primer orden. La Provincia de Chimborazo fue el altavoz como micrófono instalado en los andes ecuatorianos para receptar y consolidar las grandes transformaciones.

Las dos primeras décadas del siglo XX significaron para el Municipio de Riobamba dos etapas en que la filosofía liberal encontró terreno abonado para fecundas realizaciones.

El Cabildo Riobambeño en forma decidida y con el prestigio y la presencia política de sus personeros colocaron a Riobamba en el tercer sitio de las ciudades ecuatorianas superada únicamente por la capital y nuestro puerto principal Guayaquil.

Riobamba es sin duda, la ciudad de los más bellos y esplendorosos paisajes del Ecuador, rodeada y protegida por seis nevados como el Chimborazo, Carihuairazo, Tungurahua, El Altar, Quilimas y Cubillín se dice que estos cuidan y protegen la ciudad y a la vez sirven de atractivo para el turista nacional y extranjero.

Riobamba cuenta con muchos atractivos turísticos desde donde se advierte y se admira a varios volcanes de nieve perpetua. Además está adornada por parques, plazas y edificios estilo arquitectónico colonial, comprende edificaciones que por su belleza y concepción han pasado a formar parte del patrimonio de la ciudad.

Estos edificios públicos y privados hablan de la época dorada de Riobamba y de un grupo de arquitectos extranjeros que dejaron plasmado su talento para la posteridad.

Sin duda uno de los principales atractivos de la ciudad de Riobamba es el viaje en tren, iniciando su recorrido en la estación del ferrocarril, pasa por Cajabamba y las lagunas de Colta y el pueblo pequeño de Guamote.

Sube a un pueblo pintoresco en la sierra, llamado Alausí. Después viene la parte más excitante del viaje, y una de los viajes en tren más espectaculares en todo el mundo, llamada "Nariz del Diablo". El tren baja al revés y después de 30 minutos regresa a Alausí.

La estación del ferrocarril actualmente se encuentra en proceso de reconstrucción, y sin duda es parte importante de nuestra historia.

Desde Riobamba se puede realizar diferentes excursiones: visitar el Parque Nacional Sangay, comprar alfombras en Guano o visitar las lagunas que se encuentran en la provincia.

Además en la ciudad de Riobamba los días miércoles y sábados se realiza ferias, que se caracterizan por ofrecer una variedad de productos y artesanías.

(6)

i. DATOS DE INTERÉS

Región: Sierra

Provincia: Chimborazo

Latitud: 1° 39' 58" S

Longitud: 78° 39' 33" O

Clima: 14° C a 23° C

Población: 225.741 (estimación 2010)

Código postal: EC060150

Prefijo telefónico: 593 3

Moneda: Dólar Americano

Idioma predominante: español

Distancia a Guayaquil: 232 km. aprox.

Distancia a Quito: 183 km. Aprox.

c. PARROQUIA LICTO

“Licto fue fundada en el año 1540 por el militar Diego de Torres, éste recibió algunas secciones de tierras y de indígenas”.

“La fundación de Licto se debe a Juan Clavijo que en 1588 fue comisionado por la Real Audiencia de Quito para la formación de algunos pueblos de los que hoy son Tungurahua y Chimborazo”.

En el año 1575 se sienta la primera partida bautismal, cuyo primer firmante es el Fray Francisco Diez, realizando en el mismo día y con ritos religiosos solemnes la fundación definitiva de parroquia Eclesiástica.

La zona de Licto está ubicada en el espacio geopolítico de la parroquia Licto, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, a 18 Km de distancia de la ciudad de Rio bamba en dirección Sur-Este.

La Parroquia Licto tiene 7,807 habitantes, este cantón concentra el 2% de la población de la provincia de Chimborazo contando con 403.632 habitantes, desglosada en un 44% de la población masculina y en un 56% de la población femenina. (7)

d. LIMITES DE LA PARROQUIA

NORTE: Cantón y Rio Chambo; **SUR:** Parroquia Cebadas; **ESTE:** Parroquia Pungalá y Rio Chambo; **OESTE:** Parroquia Flores y Punín.

SUPERFICIE: Aproximadamente 6500 Has.

POBLACIÓN:

La parroquia Licto cuenta con aproximadamente 7.807 habitantes:

Número de Familias: 2.000

Número de Viviendas: 9.517

La distancia promedio de las viviendas es en continuidad es decir que van seguidos formando manzanas a la vez barrios, comunidades y comunas.

La población total en la actualidad es de 7.807 habitantes distribuidas en 27 comunidades 8 barrios urbanos.

e. QUINTA SAN JAVIER

La quinta San Javier está ubicado en la parroquia Licto, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Esta Quinta queda a unos 15 minutos de la ciudad de Riobamba.

Es un lugar que posee una vasta riqueza y diversidad natural, recursos que pueden ser utilizados eficientemente para desarrollar el turismo en esta zona.

La superficie del lugar es de aproximadamente 2 hectáreas equivalente a 2.000 metros cuadrados.

Su temperatura fluctúa desde 10° a 15° C, y las lluvias en torno a 1000 mm anuales. (7)

ii. Antecedentes de la Quinta San Javier

La propiedad se llama Quinta San Javier la cual fue adquirida el 8 de diciembre de 2000, cuyos dueños son Jorge Burgos y Patricio Morales. Está ubicada en la parroquia Licto provincia de Chimborazo.

Primero la Quinta tuvo una longitud de 2 hectáreas, es decir 2.000 mt² en diciembre del 2000.

En los últimos meses del año 2003 se compraron 1 hectárea más, los cuales sumados a los anteriores dan un total de 3 hectáreas las mismas que continúan hasta el día de hoy. (7)

f. PARADERO

El concepto Paradores se remonta a 1926 cuando el Marqués de la Vega Inclán impulsó la construcción de un alojamiento en la sierra de Gredos, que se convertiría en el primer Parador de la red. Tras la inauguración de este primer establecimiento, se constituyó la Junta de Paradores y Hosterías del Reino.

En su origen se quería construir una serie de hoteles en lugares donde la iniciativa privada no llegaba y que tenían condiciones para atraer turismo, como los parajes de gran belleza, o poblaciones con variada riqueza cultural, artística, histórica.

Hoy en día se define como paradero turístico a un lugar cerca de la carretera donde la gente puede descansar consumiendo productos típicos y alejarse del incómodo ruido de la ciudad.

Es un espacio donde las personas pueden aprovechar de la naturaleza junto a sus familiares o amigos, pasando un momento agradable y de descanso, y además disfrutando de actividades recreacionales típicas de cada lugar. (8)

g. PARADERO TURÍSTICO RECREACIONAL

El Paradero Turístico, conocido también como Complejo Vacacional, son aquellos establecimientos para alojamiento, ubicados fuera de los núcleos urbanos, cuya situación, instalaciones y servicios permiten a los clientes el disfrute de su tiempo de ocio en contacto directo con la naturaleza, facilitando hospedaje pudiendo ser, en régimen de pensión completa, junto con la posibilidad de practicar deportes y participar en diversiones colectivas por un precio especial.

Para que un establecimiento sea considerado complejo turístico deberá prestar como mínimo los siguientes servicios:

Servicio de recepción.

Servicio de mantenimiento y limpieza diaria de los alojamientos.

Servicio de comedor.

Servicio telefónico.

Servicio de venta de "souvenirs" y otros.

Servicio de vigilancia durante el día y la noche

Se facilitará artículos necesarios para la práctica de deportes, previo abono del precio que en su caso corresponda.

Servicio de alimentación dentro de los horarios señalados los mismos que comprenderán un mínimo de dos horas para cada una de las comidas principales. (Ministerio de Turismo Reglamento Oficial de establecimientos Hoteleros).

h. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

“Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse”

“El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso; y, si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente”.

iii. Aspectos técnicos

Factibilidad tiende a visualizar la disponibilidad de los recursos necesarios para cumplir a cabalidad todos aquellos objetivos o metas dispuestas o señaladas a cumplirse, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

iv. Aspectos Jurídicos – Mercantiles

Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, entre otros.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.

Como puede apreciarse, este estudio debe adelantarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que un proyecto, altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. Es indispensable, pues, darle una consideración adecuada a esos aspectos jurídicos antes de avanzar en la

realización de estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación.

v. Estrategias de Marketing

El conocimiento de una buena mezcla de marketing permite que la empresa pueda actuar de forma planificada y coherente para satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir un beneficio mutuo.

En esta etapa se estudia el precio, el producto, el plan de comunicación, la distribución y la competencia.

vi. Gestión del Talento Humano

En la actualidad las empresas han presentado cambios en donde cada factor productivo debe trabajar de manera eficaz en el logro de los objetivos y es aquí donde se analiza el tratamiento del Talento Humano quien tiene gran importancia al conseguir el éxito de las industrias. La Gestión por Competencias es un canal continuo de comunicación entre los trabajadores y la organización involucrando las necesidades y deseos de los trabajadores con el fin de ayudarlos a desarrollarse. La Gestión por Competencias constituye la herramienta principal para el desarrollo del capital humano, no es una simple capacitación; es una estructura que encierra capacitación, entrenamiento y experiencia.

vii. Aspectos Económicos – Financieros

Es el monto de recursos económicos requeridos para iniciar el proyecto, el costo total operativo y los indicadores financieros que serán la base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto objeto de estudio.

Es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero puede generar ratios financieros que permitan a los niveles superiores de la administración, tener una visión de la "salud financiera" de la empresa.

Los indicadores que se utilizan en esta etapa son:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna De Retorno
- Relación Beneficio Costo
- Periodo de Recuperación
- Gastos Administrativos
- Gastos de Ventas
- Gastos Financieros

viii. Aspectos Ambientales

El estudio ambiental se centra principalmente en dos temas: el análisis del impacto del proyecto sobre el medio ambiente (con el fin de minimizar deterioros causados por el proyecto) y el análisis del efecto del entorno sobre el proyecto. Busca identificar, cuantificar y valorar los diversos impactos de un proyecto tanto en el corto plazo como en el largo plazo, sobre el entorno: ¿En qué medida el

proyecto modifica las características físicas y biológicas del entorno? También debe analizar en profundidad los posibles efectos del entorno sobre el proyecto: ¿En qué manera y en qué medida las características físico-bióticas del entorno pueden afectar el diseño o el desarrollo del proyecto?

IV. METODOLOGÍA

a. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

Esta investigación se desarrollará en la parroquia Licto, cantón Riobamba provincia de Chimborazo, en el período comprendido entre Marzo - Agosto 2014 del ciclo académico estudiantil politécnico. Este tiempo se empleará para la recolección de la información y por consiguiente desarrollar la propuesta.

i. Variables

ii. Identificación

- Estudio de mercado.
- Viabilidad económica y financiera.

iii. Definición Estudio de mercado

Es dar una idea de las variables y su grado de incertidumbre o riesgo del producto o servicios, al ser puesto en el mercado. También refiere a la cantidad de productos o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

iv. Definición Viabilidad Económica y Financiera

La viabilidad económica es la evaluación y rentabilidad del proyecto, y para ello se utilizan varios indicadores que son el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Beneficio Costo, indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

Mientras que la viabilidad financiera es ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	ESCALA	INDICADORES
ESTUDIO DE MERCADO	Oferta y Demanda	% Demanda insatisfecha
	Producto	% de aceptación % de compra
	Precio	% de precios
	Comunicación	%Medios de distribución utilizados
	Competencia	# de competidores % de ventas % Edad
	Segmento	% de ingresos % de preferencia % de frecuencia % de ocupación
ESTUDIO FINANCIERO	VAN	VAN>0; VAN=1
	TIR	TIR>T. Descuento
	PRI	< 2,5 años
	R/C	> 1
	P/E	# de Unidades para no perder ni ganar
	Liquidación y solvencia	Mayor índice
	Rentabilidad	>50%
Endeudamiento	< 50%	

b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es: Exploratoria, descriptiva y de corte transversal.

i. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva determina las percepciones del comprador respecto a las características de los productos. El objeto básico se centra en definir claramente el problema.

ii. INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL

El diseño transversal incluye la recolección de información de una muestra dada de elementos de población una sola vez.

Este diseño servirá para una eficiente recopilación de información la misma que ayudara a llevar de manera real los resultados obtenidos.

c. POBLACIÓN Y MUESTRA

i. Técnicas de investigación o información

La técnica de recolección de datos que se utilizará para el estudio será la encuesta.

A continuación se procede a determinar la población objetivo, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 1 Población objetivo

Parroquias urbanas y rurales	Población
Lizarzaburu	48.981
Velasco	40.193
Maldonado	32.359

Veloz	26.085
Yaruquies	9.107
Cacha	3.160
Calpi	6.469
Cubijies	2.514
Flores	4.546
Lican	7.963
Licto	7.807
Pungalá	5.954
Punín	5.976
Quimiag	5.257
San juan	7.370
San Luis	12.002
Total	225. 741

Fuente: Datos INEC. Censo de población 2010

ii. Determinación de la muestra.

Se determina que nuestra población de estudio para el cálculo de la muestra será el total de Población Económicamente Activa del cantón Riobamba que es de **225.741**. (Según el censo de población INEC 2010).

Para el cálculo hemos considerado la siguiente fórmula:

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

Nomenclatura:

$P*Q= 0.25$ constante de variación proporcional

$n=$ Tamaño de la Muestra.

$N=$ Universo o Población.

$E= 0.05$ margen de error del 5%.

$k= 1,68$ constante de corrección de error 90%.

$N-1=$ Población disminuida en una unidad.

Como podemos observar dentro de un Universo de **225.741** personas se deben tomar como muestra **277** elementos. La cual se ha distribuido de la siguiente manera:

Cuadro 2. Distribución de la muestra por parroquias

EDADES	POBLACIÓN OBJETIVO	FRACCIÓN DE MUESTRA
Lizarzaburu	48.981	59
Velasco	40.193	48
Maldonado	32.359	39
Veloz	26.085	32
Yaruquies	9.107	11
Cacha	3.160	4
Calpi	6.469	8
Cubijies	2.514	3
Flores	4.546	6
Lican	7.963	10
Licto	7.807	10
Pungalá	5.954	7
Punín	5.976	7
Quimiag	5.257	7
San Juan	7.370	9
San Luis	12.002	15
TOTAL	225.741	277

iii. Demanda actual.

De acuerdo a la investigación de campo que se realizó, se pudo determinar que un 60% de las personas encuestadas desean que se cree un paradero turístico gastronómico, lo que quiere decir que la población demandante es de **135.445** personas.

Cuadro 3 Población Demandante

Cientes potenciales	60%
Población objeto de estudio	225.741
Población demandante	135.445

Fuente: Estudio de campo **Realizado por:** Andrea Zavala

iv. Demanda proyectada.

Se procede a proyectar la demanda para los cinco años siguientes, tomando como dato de referencia la tasa de crecimiento poblacional que es del 1,4%.

Para el cálculo de la demanda proyectada se considera con la siguiente fórmula:

$$Pn = Po(1 + i)^n$$

Dónde:

Pn= Demanda del año n.

Po= Demanda actual.

i= Tasa de crecimiento poblacional 1,4%.

n= Número de año de la proyección.

$$Pn = 135.445(1 + 0,014)^1$$

$$Pn = 135.445(1,014)^1$$

$$Pn = 135.445(1,014)$$

$$Pn = 137.341$$

Cuadro 4 Demanda Proyectada

Años	Demanda proyectada
2015	137.341
2016	139.264
2017	141.213
2018	143.191
2019	145.195

v. La oferta.

Es la cantidad de bienes y servicios disponibles en un mercado a un determinado precio y en ciertas condiciones.

Al momento de realizar esta investigación se pudo determinar que la competencia se encuentra ubicada en las afueras de la parroquia.

Cuadro 5 Oferta Actual Anual

Competencia	Oferta actual anual
La Pampa	2.000
El Troje	4.080
Complejo Bco. Central	5.040
El Toril	6.400
TOTAL	17.520

Fuente: Trabajo de campo, 2014 ; Consulta a c/u de los establecimientos

Para el cálculo de la oferta proyectada se considera con la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Dónde:

P_n= Oferta del año n.

P_o= Oferta actual.

i= Tasa de actividad industrial 1,4%.

n= Número de año de la proyección.

$$Pn = 17.520[1 + 0.014]^1$$

$$Pn = 17.520(1,014)^1$$

$$Pn = 17.520(1,014)$$

$$Pn = 17.765$$

Cuadro 6 Oferta Proyectada

Años	Oferta proyectada
2015	17.765
2016	18.266
2017	18.522
2018	18.781
2019	19.044

vi. Demanda insatisfecha.

Después de haber realizado el cálculo de la demanda y la oferta proyectadas se procede a determinar la demanda insatisfecha, que es la diferencia entre la demanda proyectada y la oferta proyectada.

Cuadro 7 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
2015	137.341	17.765	119.576
2016	139.264	18.266	120.998
2017	141.213	18.522	122.691
2018	143.191	18.781	124.410
2019	145.195	19.044	126.151

d. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.

Los datos obtenidos en la investigación serán exhaustivamente analizados mediante una revisión crítica de la información recopilada, así como la tabulación de los cuadros según las variables de la investigación y los estudios estadísticos de datos para la presentación de resultados se los realizarán de acuerdo a los siguientes parámetros.

- Llevar a cabo los estudios respectivos para la recolección de la información.
- Aplicar una encuesta a los habitantes de la parroquia Licto seleccionado mediante una muestra para la investigación.
- Tabular en cada ítem los datos obtenidos a través de cuadros y gráficos comparativos.
- Realizar un análisis de resultados de cada pregunta.
- Luego de los análisis de las encuestas dirigidas a la muestra de la población de Licto se elaborará las respectivas conclusiones y recomendaciones.

i. Investigación de Mercado y Marketing

Para la investigación de mercado la herramienta a utilizarse es la encuesta.

Lo que nos permitirá crear un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas de la organización.

El plan de empresa es la parte sustancial del proyecto, el mismo que permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios: técnico, jurídico mercantil, marketing, talento humano, económico – financiero y ambiental del proyecto.

Para determinar la viabilidad del proceso productivo del proyecto se realizara el estudio técnico y se tomará en cuenta las siguientes variables: localización,

tamaño del proyecto, programa arquitectónico, diseño, costo de la obra, mobiliario y equipo, detalle y costo del equipo, mobiliario y decoración, diagrama de flujo del proceso de producción y costos de operación.

En cuanto al Aspecto Jurídico – Mercantil se establecerá la forma jurídica del servicio, requisitos legales para su apertura y funcionamiento como trámites, permisos, los derechos, deberes y obligaciones legales del servicio y los gastos de constitución.

Se determinara: el producto a ofertar, el precio que se le dará al servicio, todo esto se dará a conocer mediante un plan de comunicación bien establecido ya sea por radio o internet, la distribución y la competencia que tendrá el paradero.

Se establecerá un organigrama estructural que determinará la organización del paradero turístico gastronómico identificando el talento humano. Además se describirán los puestos de trabajo, el perfil de los trabajadores, costes salariales, programa operativo, selección y tipo de contratación.

Se determinara los objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo para la creación de un valor del servicio.

Para realizar el análisis económico se determinarán: el balance general, estado de pérdidas y ganancias, capital de trabajo, cuentas de resultados, costes de capital de trabajo, costes de capital medio ponderado, ratios económicos, ratios financieros, ratios operativos y viabilidad financiera.

En el estudio ambiental veremos dos temas principales como son: el impacto ambiental del proyecto y sus acciones remediales.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

a. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS.

i. **Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de mercado y marketing.**

1. **Preguntas de identificación.**

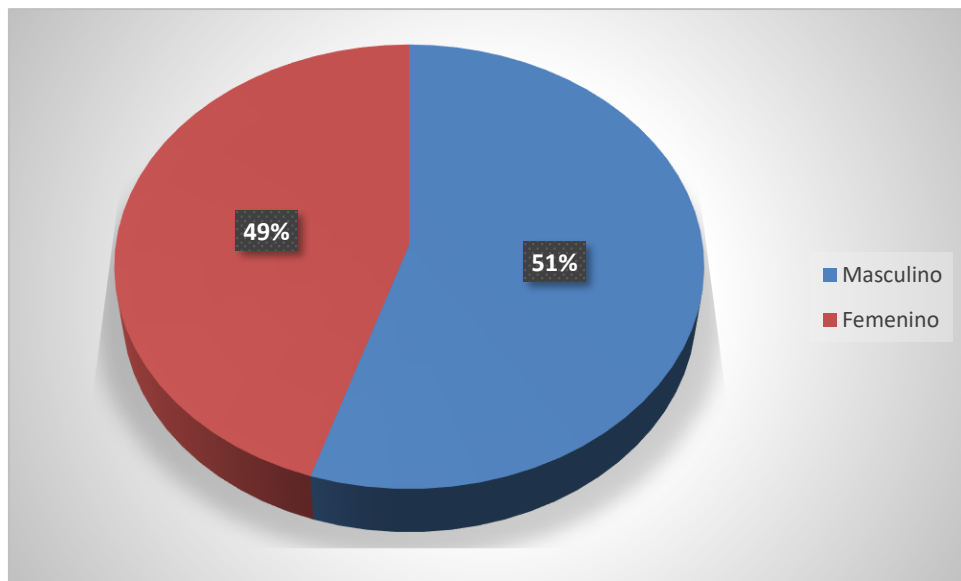
Cuadro 8 Género

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	142	51%
Femenino	135	49%
Total	277	100%

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 1 Género



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado **Elaborado por:** Andrea Zavala

De las personas encuestadas el 49% son de sexo femenino y el 51% son de sexo masculino.

Cuadro 9 Edad

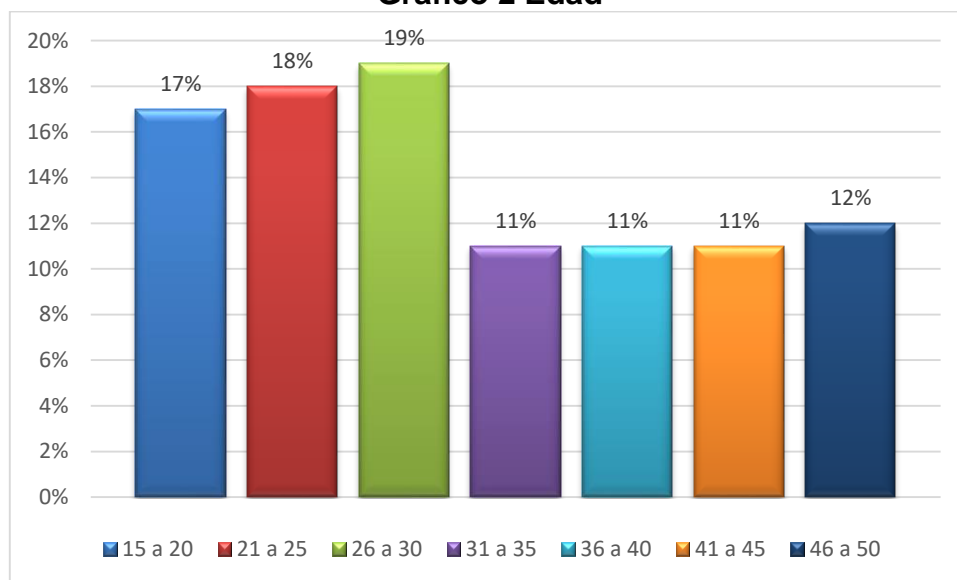
Edad	Cantidad	Porcentaje
15 a 20	46	17%

21 a 25	51	18%
26 a 30	54	19%
31 a 35	30	11%
36 a 40	31	11%
41 a 45	30	11%
46 a 50	32	12%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Gráfico 2 Edad



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

De los encuestados el 19% está en el rango de 26 a 30 años, el 18% entre 21 a 25 años, el 17% entre 15 a 20 años, el 11% en 31 a 35 años, el 11% en 36 a 40 años, el 11% en 41 a 45 años y el 12% en 46 a 50 años.

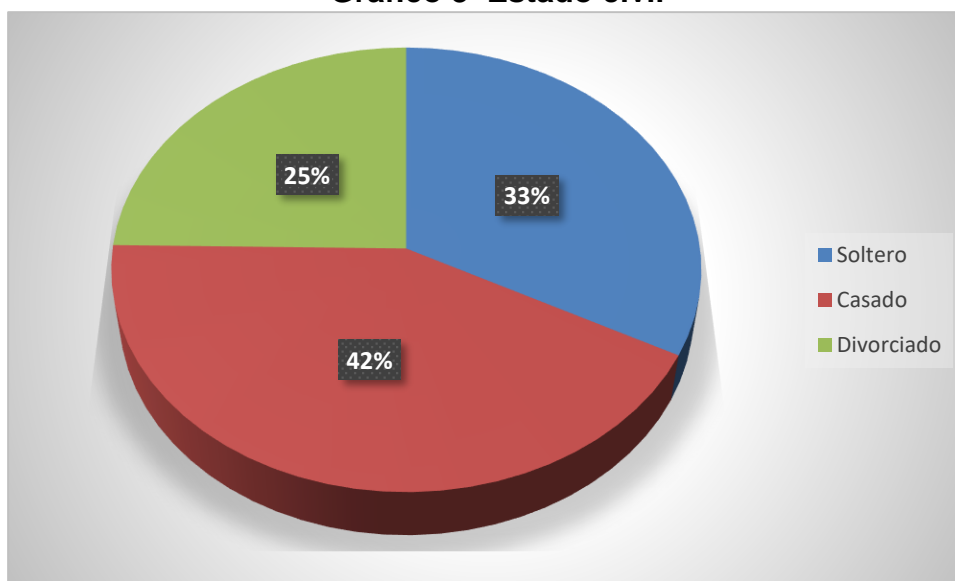
Cuadro 10 Estado civil

Estado civil	Cantidad	Porcentaje
Soltero	91	33%
Casado	118	43%
Divorciado	68	25%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 3 Estado civil



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 42% de la demanda está casada, el 33% es soltero y el 25% es divorciado.

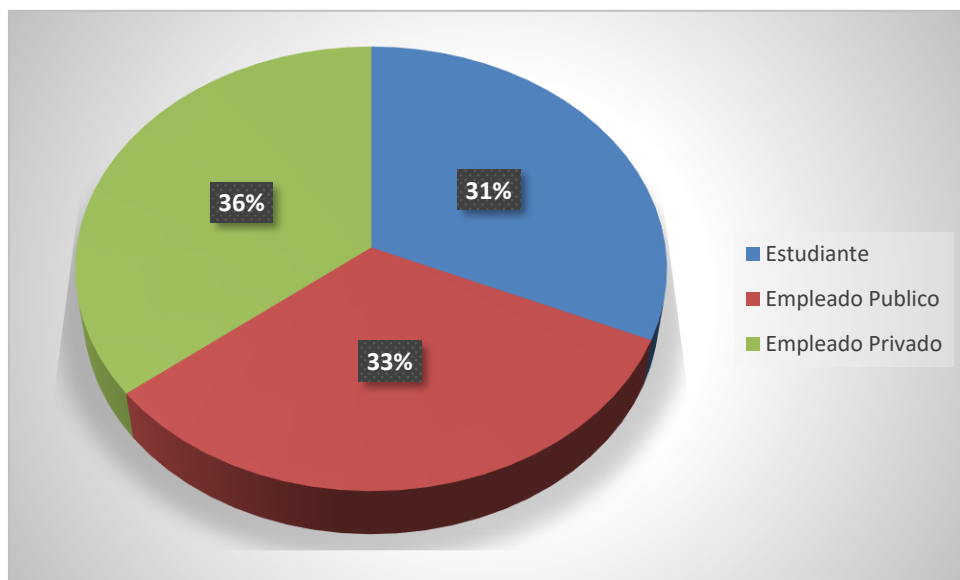
Cuadro 11 Profesión

Profesión	Cantidad	Porcentaje
Estudiante	85	31%
Empleado Publico	94	32%
Empleado Privado	98	35%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 4 Profesión



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 36% de la demanda es empleado privado, el 33% es empleado público y el 31% es estudiante, lo que significa que la mayor parte de la población trabaja.

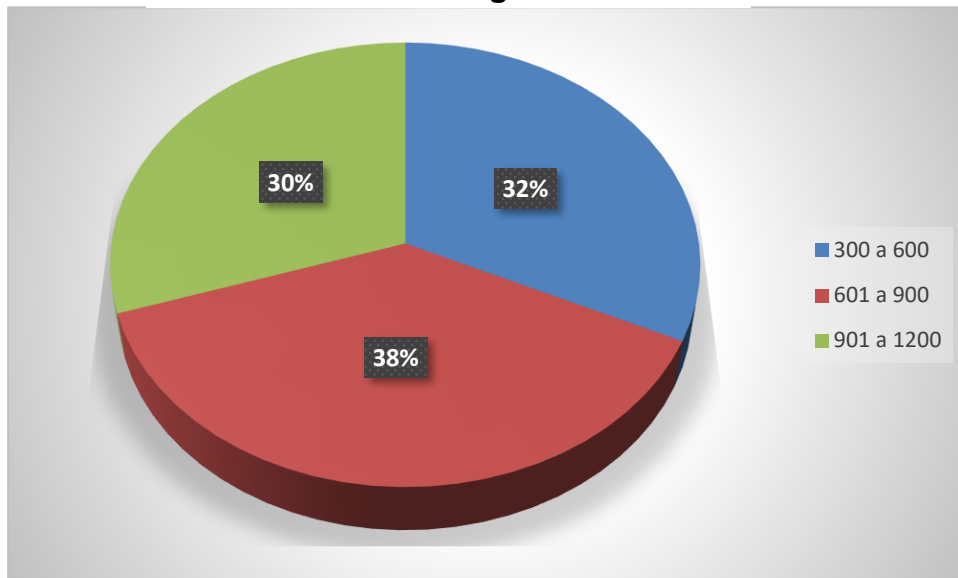
Cuadro 12 Ingresos

Ingresos	Cantidad	Porcentaje
300 a 600	90	32%
601 a 900	104	38%
901 a 1200	83	30%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 5 Ingresos



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 38% de la demanda tiene un ingreso de 601 a 900, el 32% de 300 a 600 y el 30% de 901 a 1200.

Pregunta 1. ¿Conoce paraderos turísticos en la parroquia Licto?

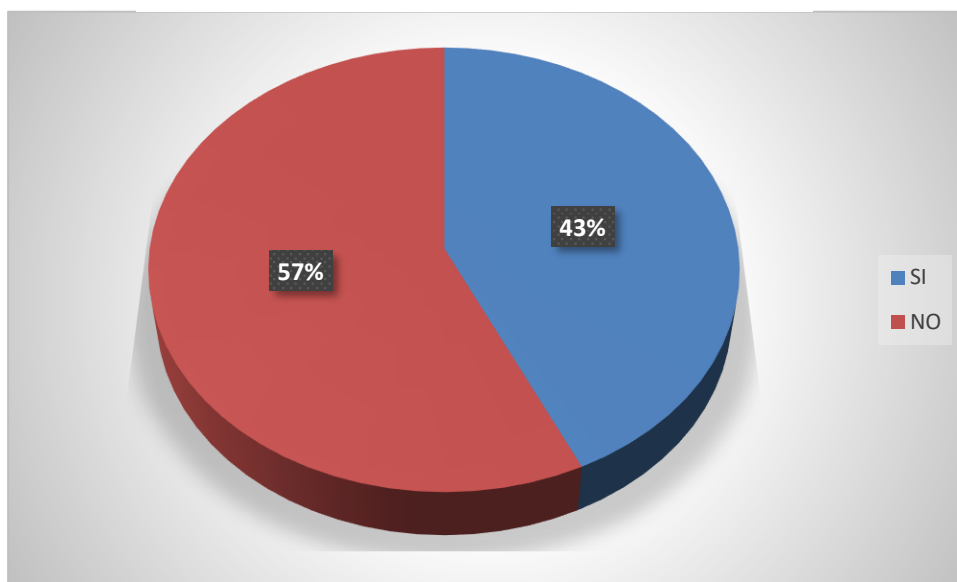
Cuadro 13 Nivel de conocimiento

Variable	Cantidad	Porcentaje
SI	120	43%
NO	157	57%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Gráfico 6 Nivel de conocimiento



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 57% de las personas encuestadas no conoce un paradero turístico en la parroquia Licto y el 43% si conoce.

Pregunta 2. ¿Considera que en la parroquia Licto es necesario la creación de un lugar de distracción turística gastronómica?

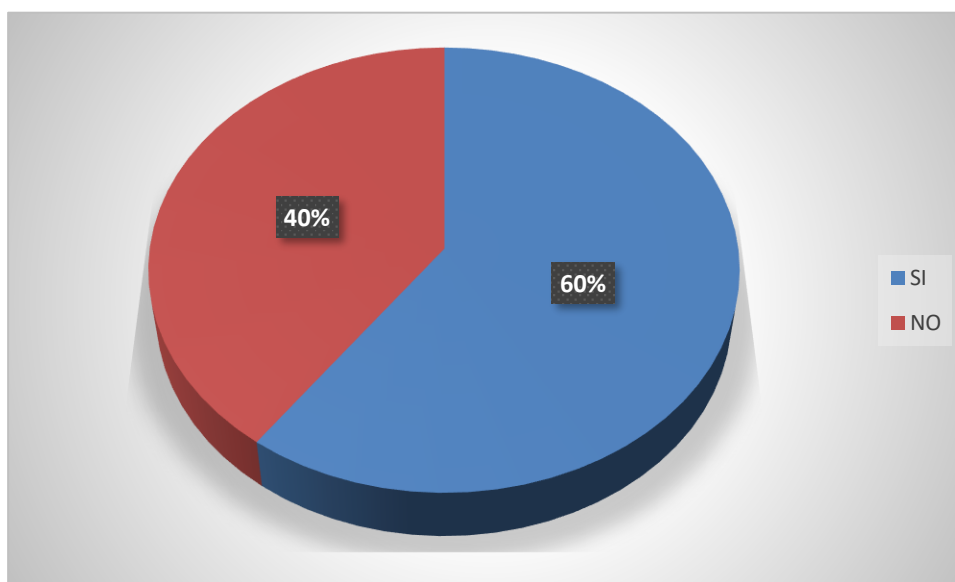
Cuadro 14 Aceptabilidad

Variable	Cantidad	Porcentaje
SI	167	60%
NO	110	40%
TOTAL	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 7 Aceptabilidad



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 60% de las personas encuestadas consideran necesaria la creación de un paradero turístico gastronómico en la parroquia y el 40% no lo considera necesario.

Pregunta 3. ¿Le gustaría que el paradero se ubique en las afueras de la parroquia?

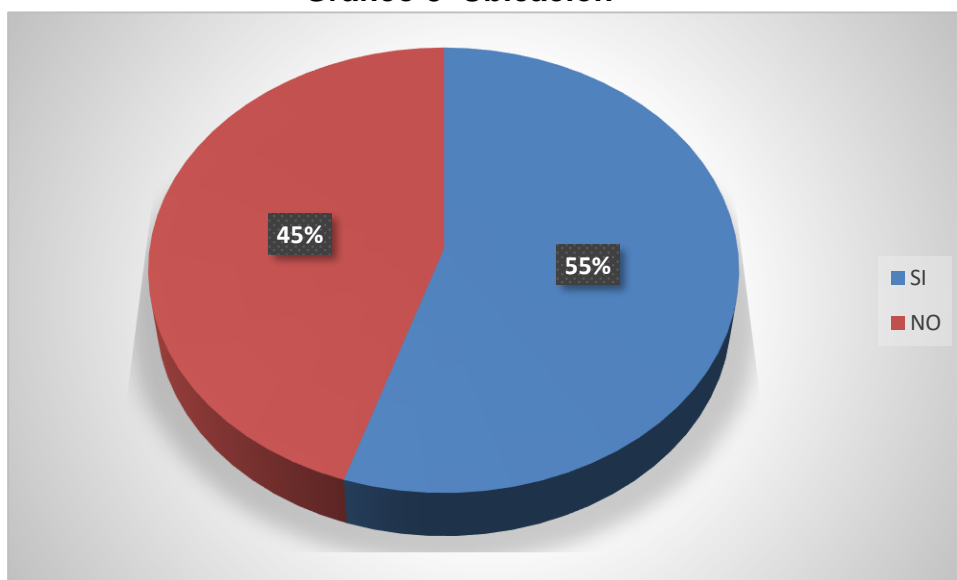
Cuadro 15 Ubicación

Variable	Cantidad	Porcentaje
SI	151	55%
NO	126	45%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 8 Ubicación



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 55% de las personas encuestadas les gustaría que el paradero se ubique en las afueras de la parroquia y al 45% no le gustaría.

Pregunta 4. ¿Además del servicio de alimentación que otras actividades le gustaría que tenga el paradero?

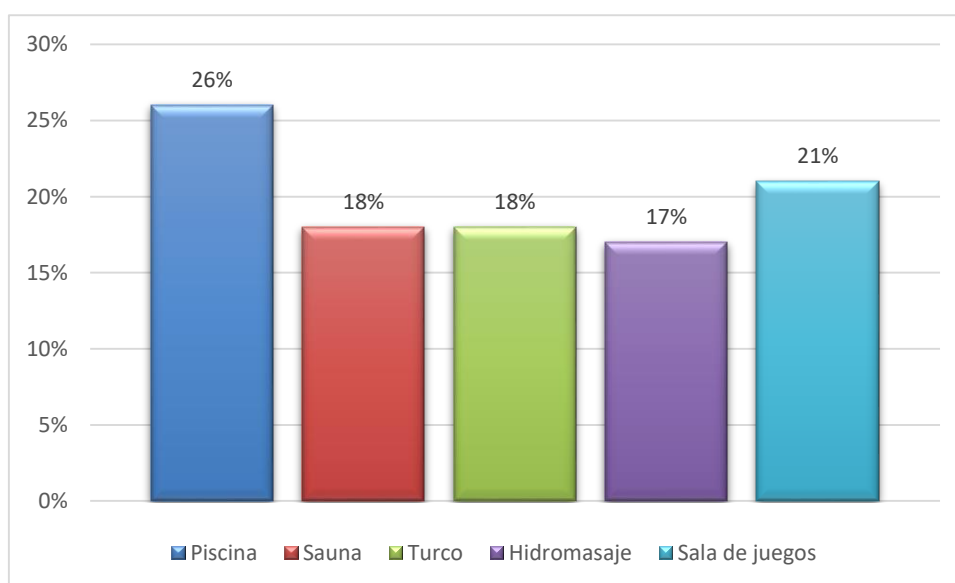
Cuadro 16 Actividades de distracción

Actividades	Cantidad	Porcentaje
Piscina	73	26%
Sauna	49	18%
Turco	49	18%
Hidromasaje	48	17%
Sala de juegos	57	21%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Gráfico 9 Actividades de distracción



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Las instalaciones elegidas son piscina con el 26%, sala de juegos con el 21%, sauna con el 18%, turco con el 18%, y el hidromasaje con un 17%.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de comida es su preferida?

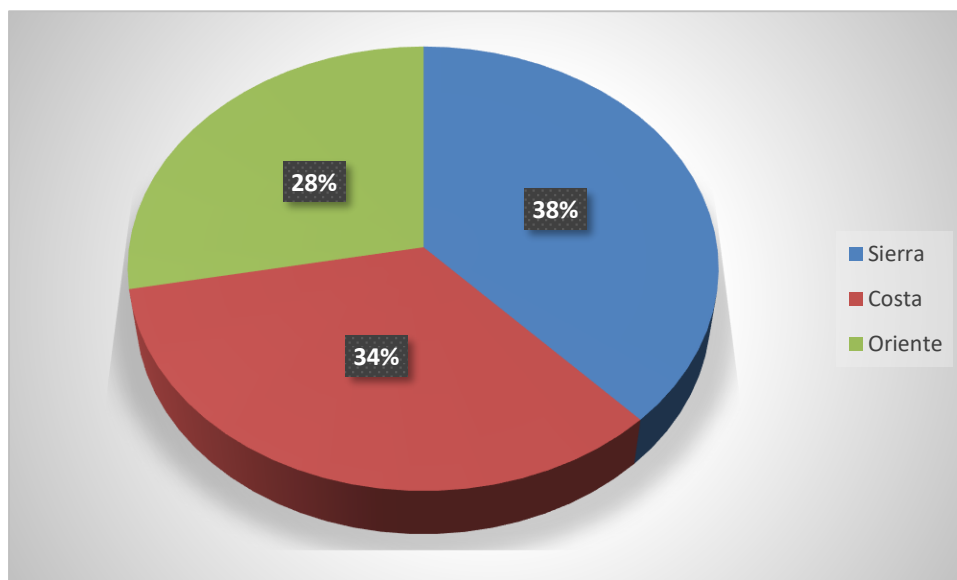
Cuadro 17 Comida preferida

Comida Preferida	Cantidad	Porcentaje
Sierra	104	38%
Costa	95	34%
Oriente	78	28%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Gráfico 10 Comida preferida



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

La comida preferida por los encuestados es la de la sierra con un 38%, la de la costa con un 34% y la del oriente con un 28%.

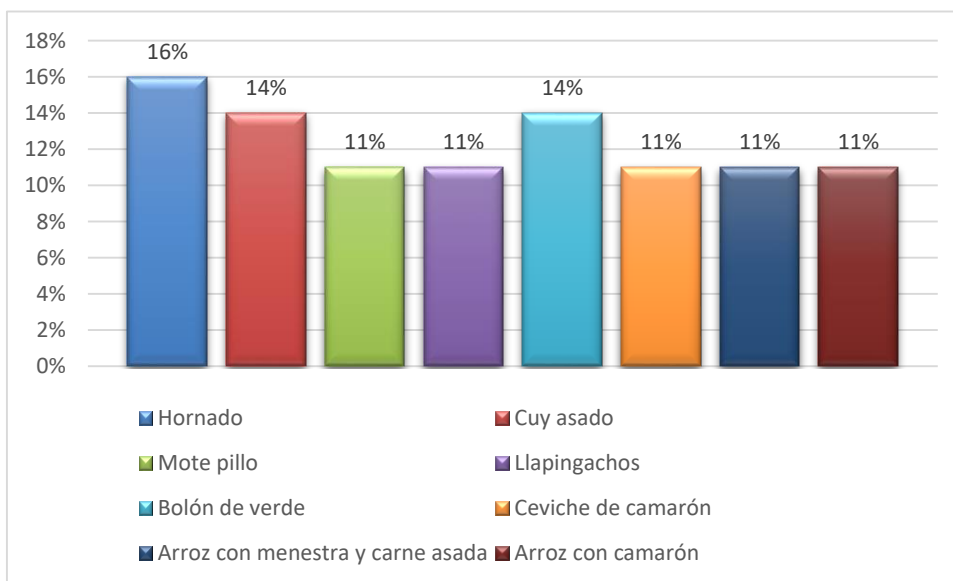
Pregunta 5. De los siguientes platos típicos señale uno según su gusto.

Cuadro 18 Platos típicos

Platos típicos	Cantidad	Porcentaje
Hornado	44	16%
Cuy asado	40	14%
Mote pillo	31	11%
Llapingachos	30	11%
Bolón de verde	40	14%
Ceviche de camarón	31	11%
Arroz con menestra y carne asada	30	11%
Arroz con camarón	31	11%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado **Elaborado por:** Andrea Zavala

Grafico 11 Platos típicos



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado **Elaborado por:** Andrea Zavala

Los platos preferidos por los encuestados son Hornado con 16%, cuy asado con 14%, mote pillo con 11%, llapingachos con 11%, bolón de verde 14%, ceviche de camarón 11%, arroz con menestra y carne asada con 11%, arroz con camarón con 11%.

Pregunta 6. ¿Con cuántas personas generalmente usted visita este tipo de lugares?

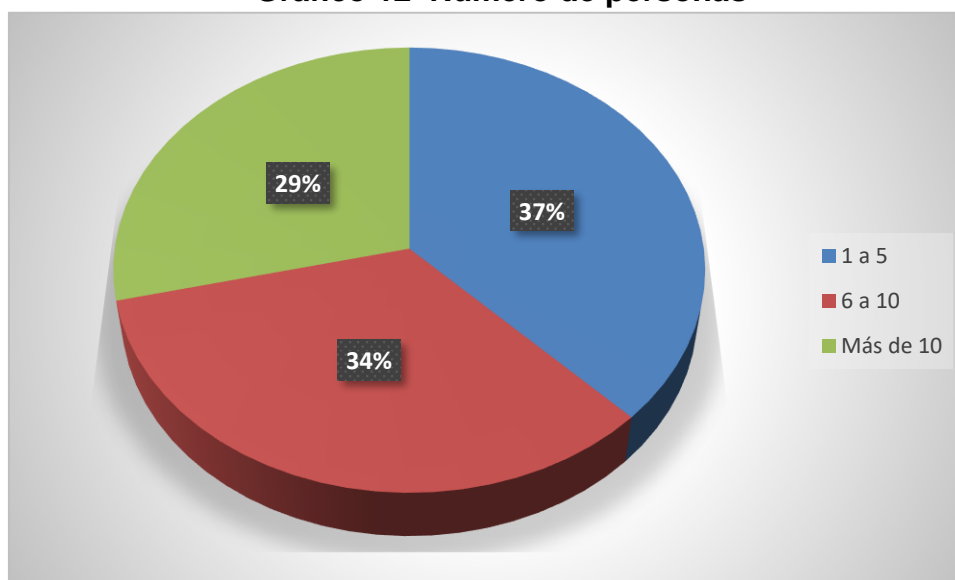
Cuadro 19 Número de personas

Personas	Cantidad	Porcentaje
1 a 5	105	38%
6 a 10	93	34%
Más de 10	79	29%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 12 Número de personas



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Las personas encuestadas visitan lugares de recreación turística acompañados de un promedio de 5 personas.

Pregunta 7. ¿Con que frecuencia usted visita este tipo de lugares?

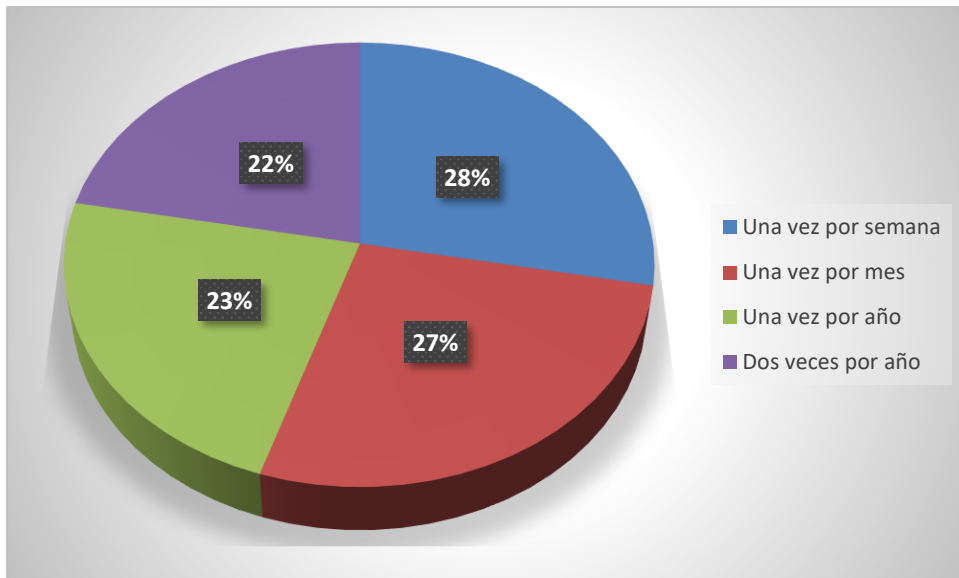
Cuadro 20 Frecuencia de visita

Frecuencia de visita	Cantidad	Porcentaje
Una vez por semana	78	28%
Una vez por mes	74	27%
Una vez por año	64	23%
Dos veces por año	61	22%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 13 Frecuencia de visita



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado Elaborado por: Andrea Zavala

La mayoría de los encuestados visitan lugares donde realizan actividades de recreación turística una vez por semana 28%, una vez por mes 27%, una vez por año 23% y dos veces por año 22%.

Pregunta 8. Usted por lo general cuánto gasta por persona en entretenimientos similares.

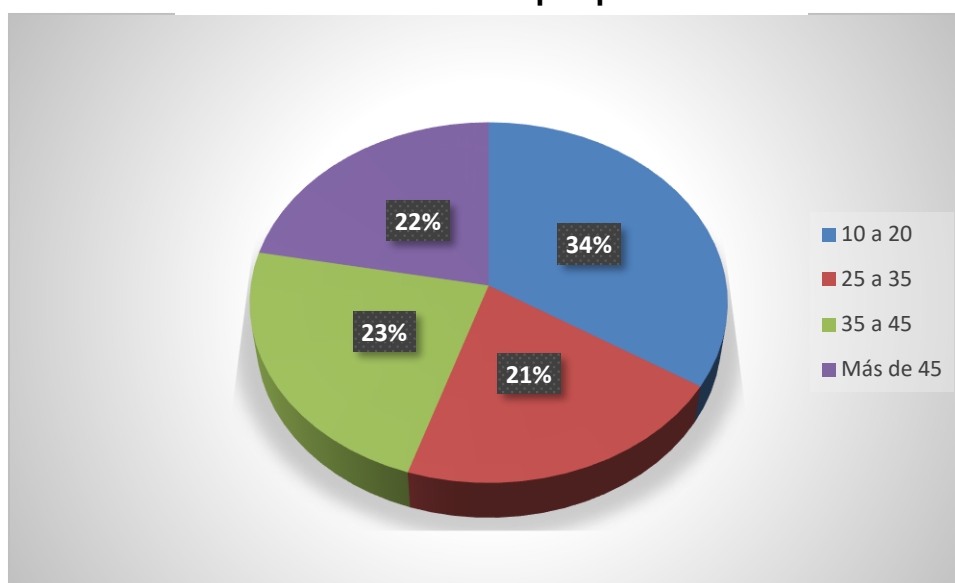
Cuadro 21 Gasto por persona

Valor	Cantidad	Porcentaje
10 a 20	94	34%
25 a 35	59	21%
35 a 45	63	23%
Más de 45	61	22%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Gráfico 14 Gasto por persona



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

La mayoría de los encuestados gastan en lugares de recreación similares 10 a 20 usd con un porcentaje del 34%, 25 a 35 usd 21%, 35 a 45 usd 23%, más de 45 usd 22%.

Pregunta 9. ¿Por cuál medio de comunicación usted prefiere informarse?

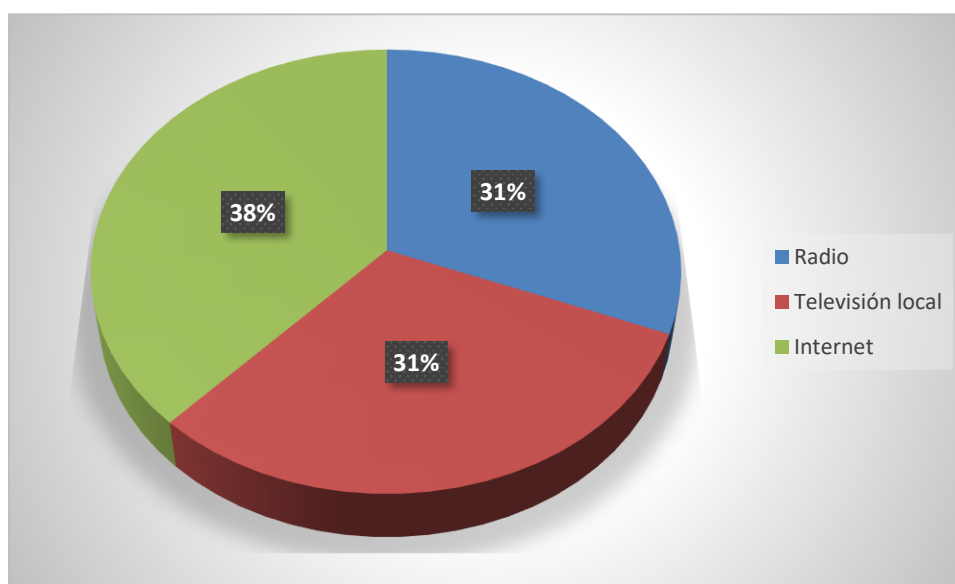
Cuadro 22 Medios de comunicación

Medio de comunicación	Cantidad	Porcentaje
Radio	86	31%
Televisión local	87	31%
Internet	104	38%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 15 Medios de comunicación



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 38% de los encuestados prefieren informarse por internet, televisión local el 31%, radio 31%.

Pregunta 9. Por cual frecuencia de radio prefiere informarse.

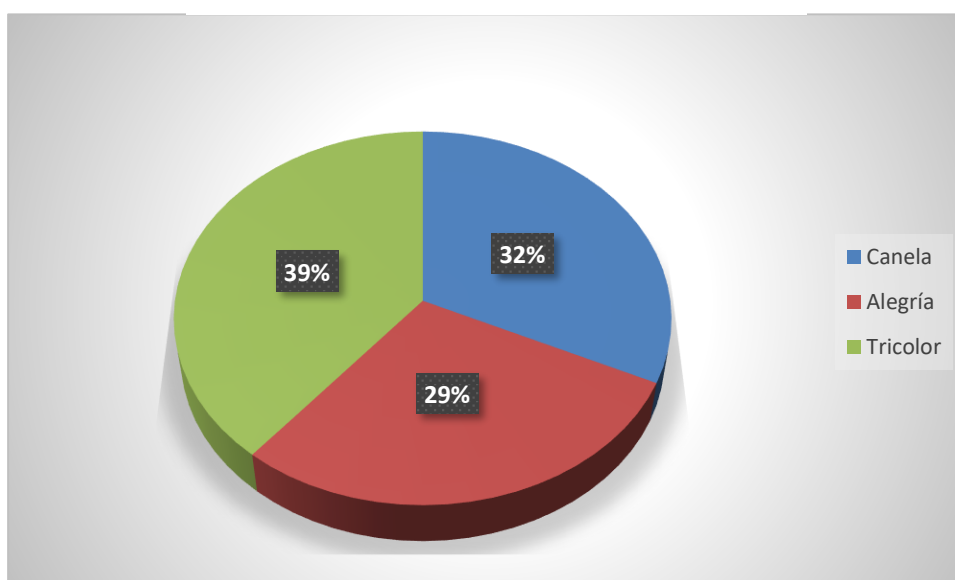
Cuadro 23 Frecuencia radial

Radio	Cantidad	Porcentaje
Canela	90	32%
Alegría	80	29%
Tricolor	107	39%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 16 Frecuencia radial



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

La frecuencia de radio preferida por los encuestados es Tricolor con un 39%, radio Canela con 32% seguido por radio Alegría con 29%.

Pregunta 9. Televisión local por la que prefiere informarse

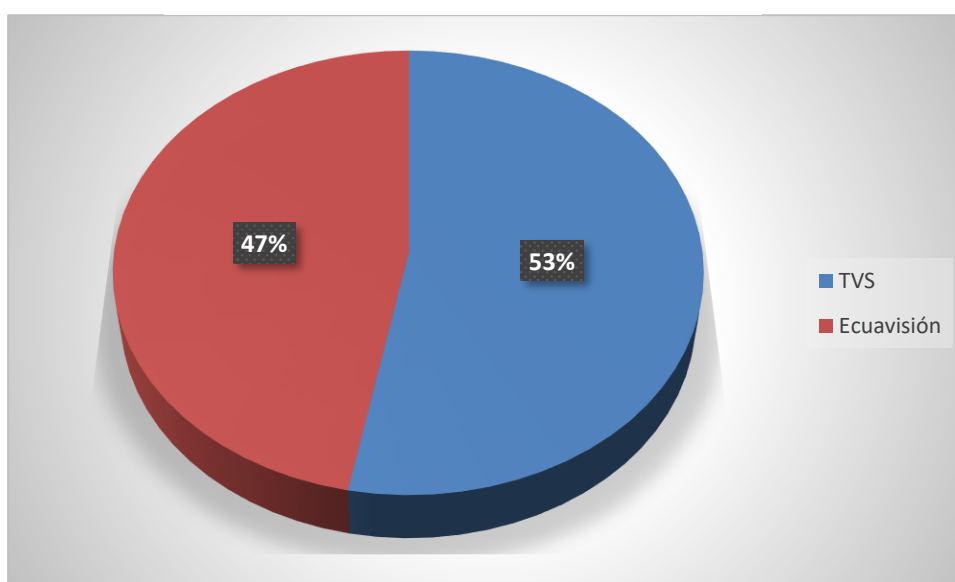
Cuadro 24 Televisión local

Televisión local	Cantidad	Porcentaje
TVS	147	53%
Ecuavisión	130	47%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 17 Televisión local



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

La televisión local por la que prefiere la demanda para informarse es TVS con 53%, y Ecuavisión con 47%.

Pregunta 9. Programa de internet por el que prefieren informarse

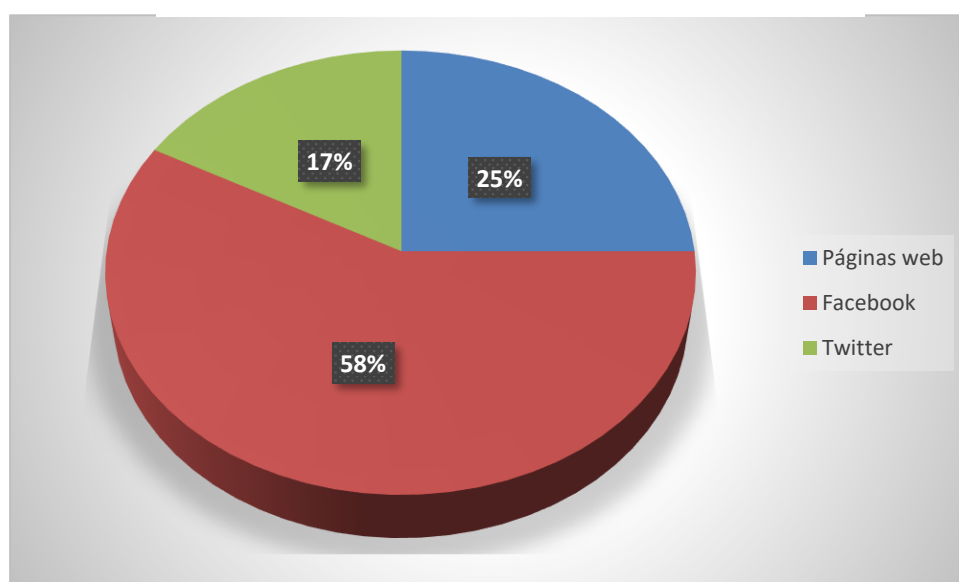
Cuadro 25 Programa de internet

Internet	Cantidad	Porcentaje
Páginas web	87	31%
Facebook	110	40%
Twitter	81	29%
Total	277	100%

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 18 Programa de internet



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El programa de internet que prefieren para informarse es Facebook un 40%, seguido por Páginas web 31% y Twitter 29%.

Pregunta 10. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el paradero?

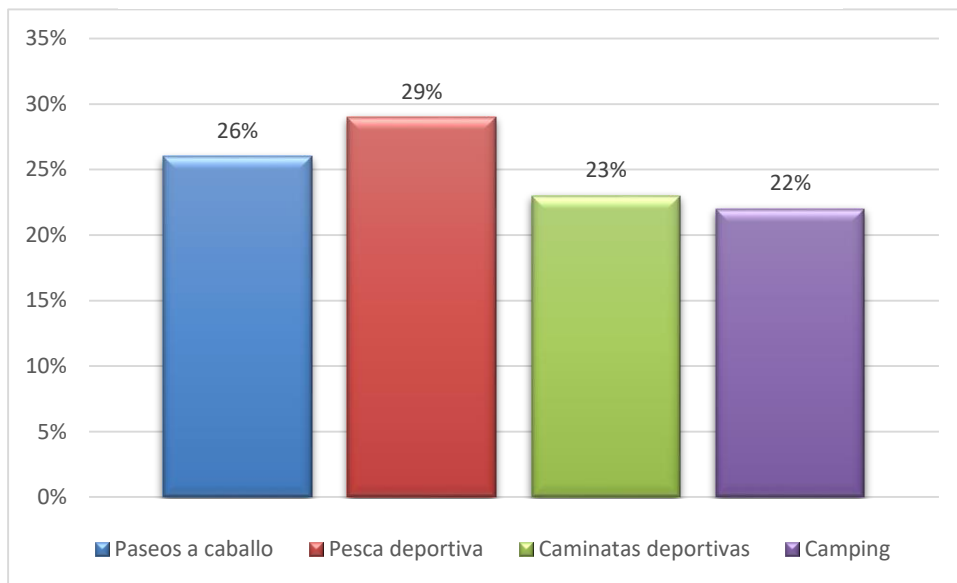
Cuadro 26 Actividades de distracción

Actividades	Cantidades	Porcentaje
Paseos a caballo	71	26%
Pesca deportiva	81	29%
Caminatas deportivas	64	23%
Camping	61	22%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 19 Actividades de distracción



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Las actividades que los encuestados prefieren realizar son Pesca deportiva con un 29%, Paseos a caballo con 26%, Caminatas deportivas con 23%, y Camping con 22%.

Pregunta 11. ¿Cuál sería su forma de pago?

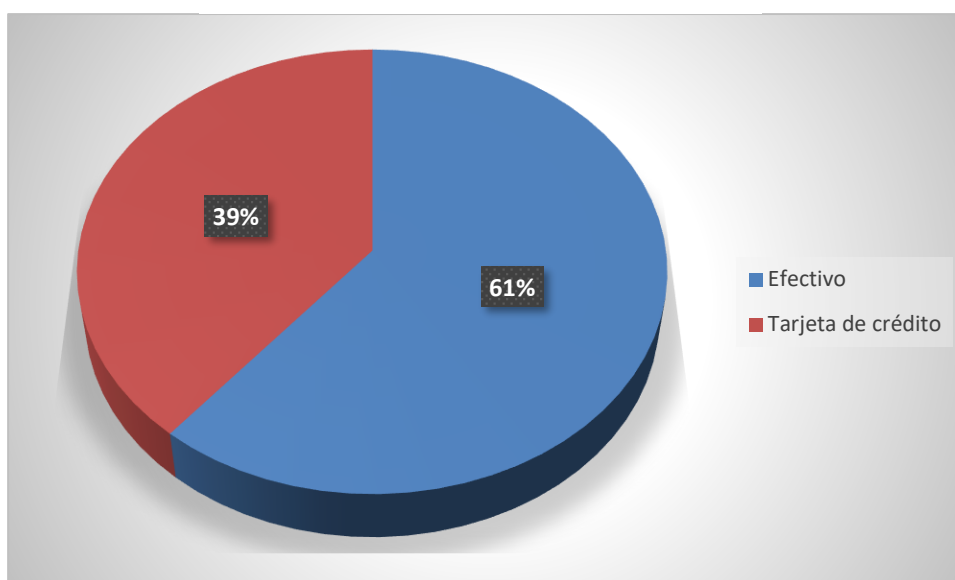
Cuadro 27 Forma de pago

Forma de pago	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	168	61%
Tarjeta de crédito	109	39%
Total	277	100

Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 20 Forma de pago



Fuente: trabajo de campo. Estudio de mercado

Elaborado por: Andrea Zavala

El 61% prefieren realizar sus pagos en efectivo al contrario de un 39% que prefiere hacerlo con tarjeta de crédito.

ii. DISCUSIÓN

El potencial cliente que visitaría el proyecto es joven, en cuanto se refiere al sexo la mayor parte son de sexo masculino; la mayoría son casados, y en menor porción son estudiantes; los potenciales clientes manifiestan la necesidad de la creación de un paradero turístico gastronómico fuera de la ciudad; y concuerda con nuestro proyecto, ya que se encuentra a 15 minutos de la ciudad de Riobamba viajando en automóvil.

En referencia a las instalaciones prefieren piscina, sala de juegos, turco hidromasaje, sauna; además los potenciales clientes desean realizar otras actividades en el paradero tales como pesca deportiva, paseos a caballo, caminatas deportivas, camping y natación; en cuanto a la preferencia alimenticia señalan la comida de la sierra y la costa. Por lo general visitan lugares de distracción turística una vez por mes, viajan acompañados en promedio por 5 personas, gastan en promedio 20 dólares en distracciones similares y prefiere cancelar sus viajes en efectivo.

Se informan por medio de internet preferentemente por Facebook, seguido por los diferentes informativos en la televisión local y finalmente por los programas radiales.

Según el Ingeniero Eduardo Muñoz Jácome proyectista menciona que un proyecto es factible a partir del 60% de aceptabilidad.

Por tal razón los datos que se reflejan en este proyecto dan como resultado la aceptabilidad esperada y por ende hace factible la creación de un paradero turístico gastronómico.

VI. PLAN DE EMPRESA.

a. ASPECTOS TECNICOS.

i. Determinación del tamaño de la empresa.

Para determinar la capacidad del servicio ofertado para el paradero turístico gastronómico San Javier en la parroquia Licto del cantón Riobamba, se realizó de acuerdo a la demanda insatisfecha, considerando la afluencia de clientes potenciales y el capital que se va a utilizar.

Cuadro 28 Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha	a cubrir de la Demanda Insatisfecha	%
2015	137.341	17.765	119.576	14.349	12%
2016	139.264	18.266	120.998	29.040	24%
2017	141.213	18.522	122.691	35.580	29%
2018	143.191	18.781	124.410	43.544	35%
2019	145.195	19.044	126.151	58.029	46%

i. Capacidad de oferta del servicio

Según el análisis realizado se estableció que el paradero turístico gastronómico San Javier ira incrementando el porcentaje a cubrir en la demanda insatisfecha, cubriendo así las necesidades de los clientes potenciales.

Cuadro 29 Capacidad de atención

Capacidad de atención	Atención diaria	Atención semanal	Atención mensual	Atención anual	Demanda objetiva
2015	50	300	1.200	14.400	14.349
2016	100	600	2.400	28.800	29.040
2017	125	750	3.000	36.000	35.580
2018	150	900	3.600	43.200	43.544
2019	200	1.200	4.800	57.600	58.029

ii. Porcentaje de utilización instalada y maquinaria

Se determina que el Paradero Turístico Gastronómico San Javier será constituido como una Sociedad de Responsabilidad Limitada debido a que existen 2 accionistas.

Se utilizara el 66,66% de maquinaria e infraestructura.

Se trabajara en 2 turnos de 8 horas diarias de martes a domingo.

Cuadro 30 Capacidad de oferta del servicio

Capacidad	Anual
Mínima	14.400
Máximo	57.600

iii. Jornada de trabajo y turnos

El paradero tendrá dos turnos de ocho horas diarias como se detalla a continuación:

1. Turno de trabajo de chefs, ayudante, steward y meseros.

Cuadro 31 Turnos de trabajo de Chefs, ayudante, steward y meseros

JORNADA	HORARIO DE TRABAJO	DÍAS LABORADOS
1	De 8:00 de la mañana a 14:00 de la tarde.	Martes a Domingo
2	De 14:00 de la tarde a 20:00 de la noche.	Martes a Domingo

2. Turno de trabajo de los encargados del área húmeda.

Cuadro 32 Turno de trabajo de los encargados del área húmeda.

JORNADA	HORARIO DE TRABAJO	DÍAS LABORADOS
----------------	---------------------------	-----------------------

1	De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche.	Martes a Domingo
---	--	------------------

3. Turno de trabajo de los encargados del área de recreación.
Cuadro 33 Turno de trabajo de los encargados del área de recreación.

JORNADA	HORARIO DE PRODUCCIÓN	DÍAS LABORADOS
1	De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche.	Martes a Domingo

4. Turno de trabajo del Guardia de Seguridad.
Cuadro 34 Turno de trabajo del Guardia de Seguridad.

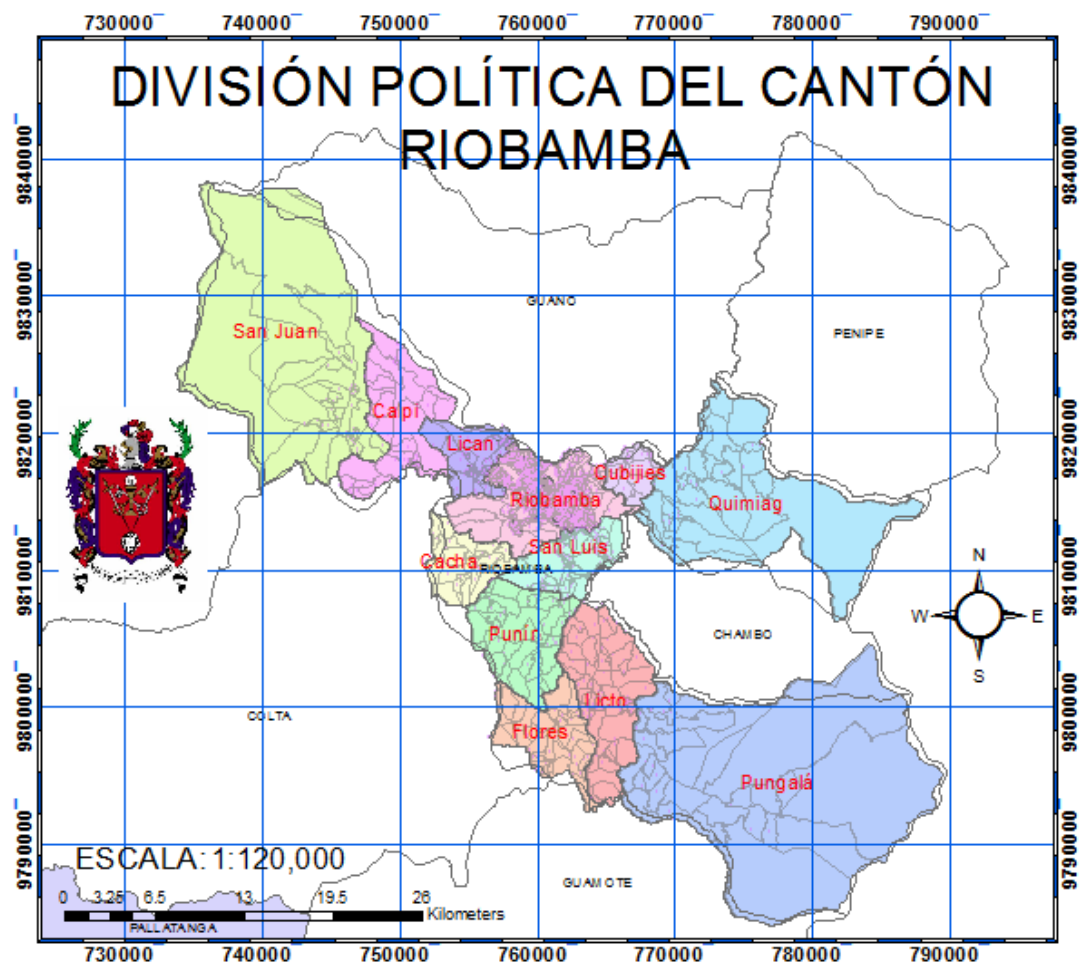
JORNADA	HORARIO DE PRODUCCIÓN	DÍAS LABORADOS
1	De 08:00 de la mañana a 21:00 de la noche.	Martes a Domingo

iv. Localización

1. Macro localización

El Paradero Turístico Gastronómico San Javier se localizará en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Licto.

Grafico 21 División política del cantón Riobamba



Fuente: GADM Riobamba.

Elaborado por: Andrea Zavala

2. Micro localización

El Paradero Turístico Gastronómico San Javier se localizará en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, parroquia Licto, Comunidad San Javier, en la quinta San Javier.

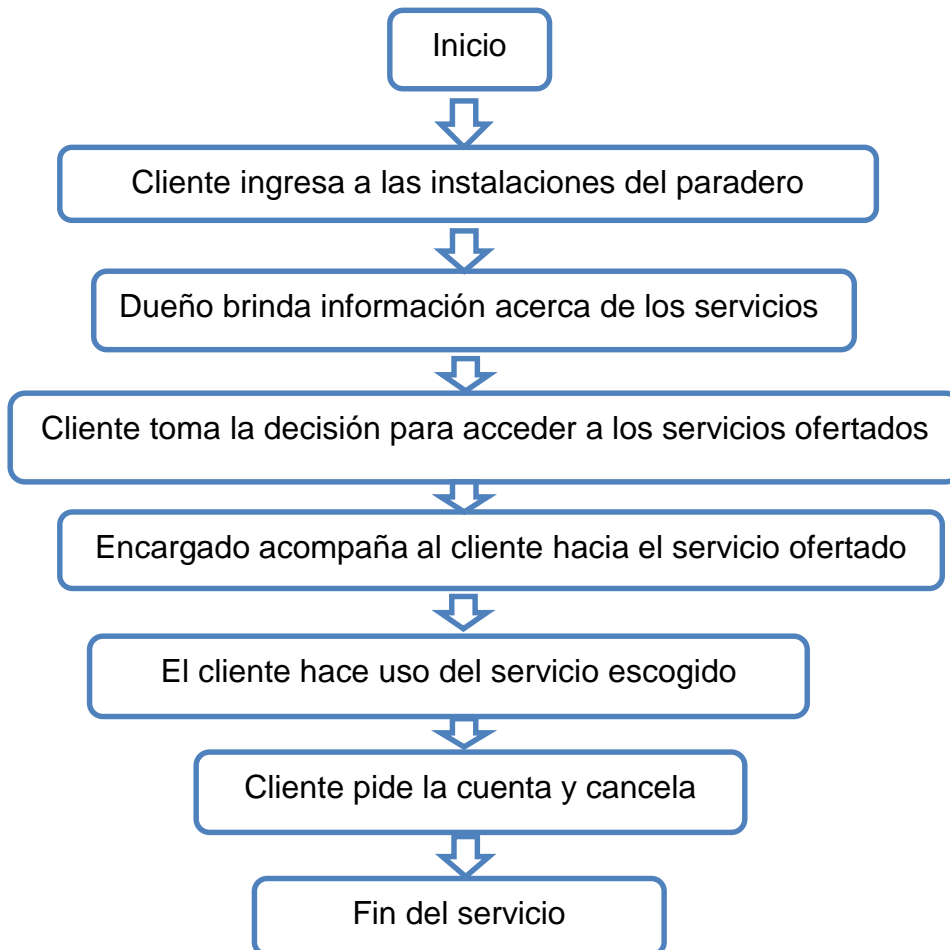
Grafico 22 Mapa parroquia Licto



Elaborado por: Andrea Zavala

v. **Proceso de oferta del servicio**

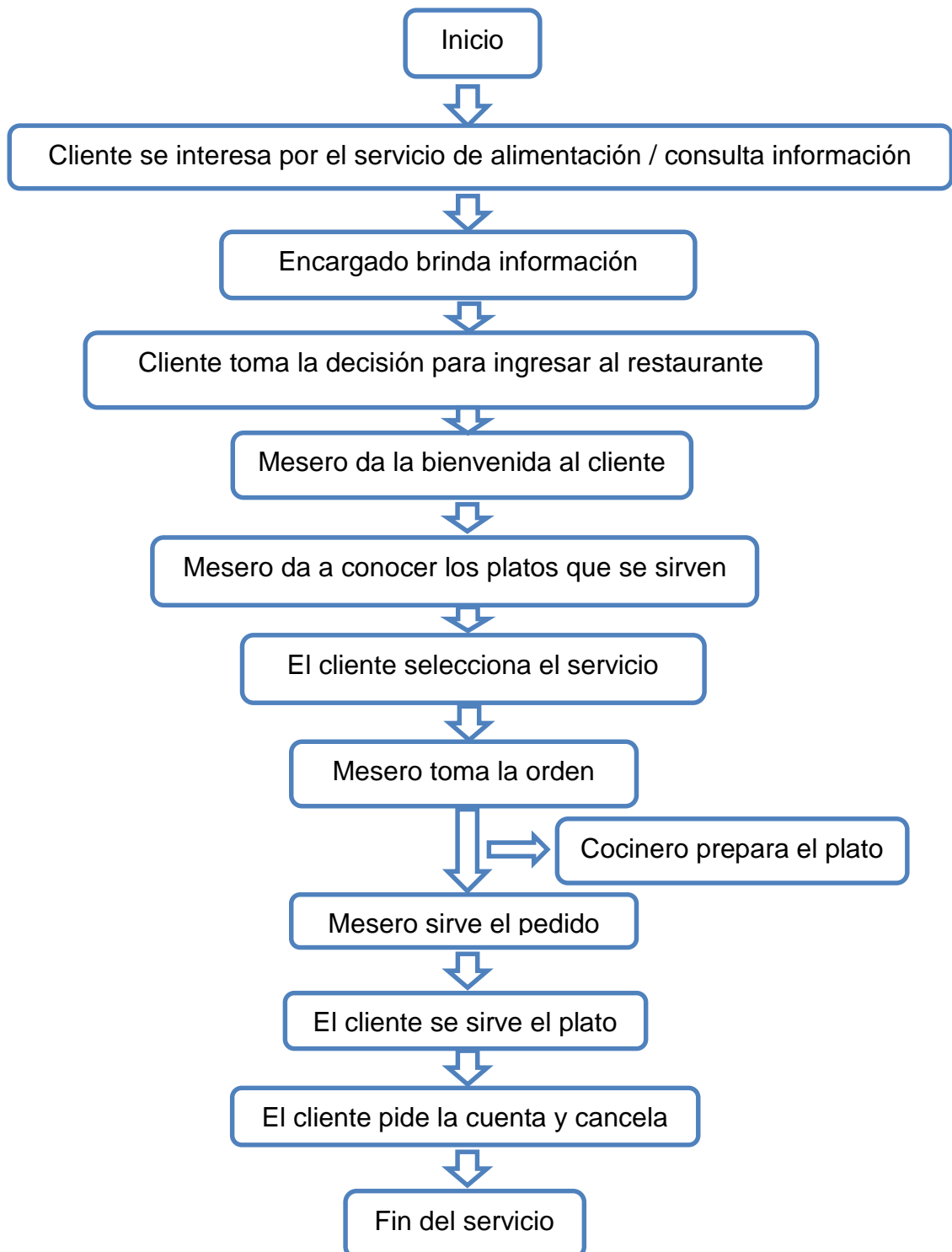
Flujograma 1 oferta del servicio



Flujograma general de oferta del servicio

Elaborado por: Andrea Zavala

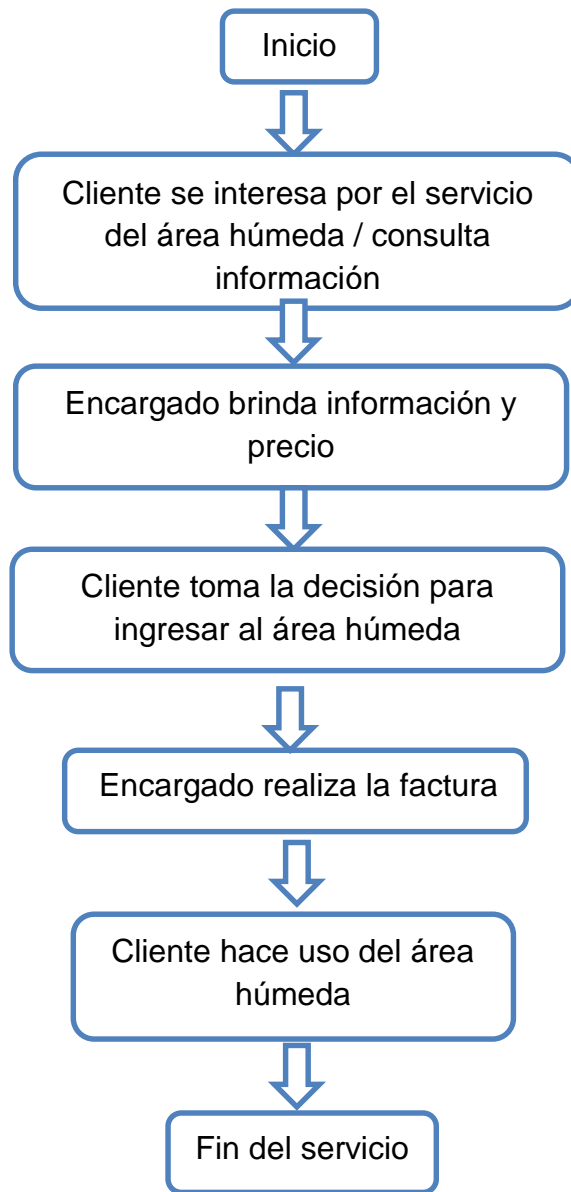
Flujograma 2 oferta del Servicio de alimentación



Flujograma de oferta del servicio de alimentación

Elaborado por: Andrea Zavala

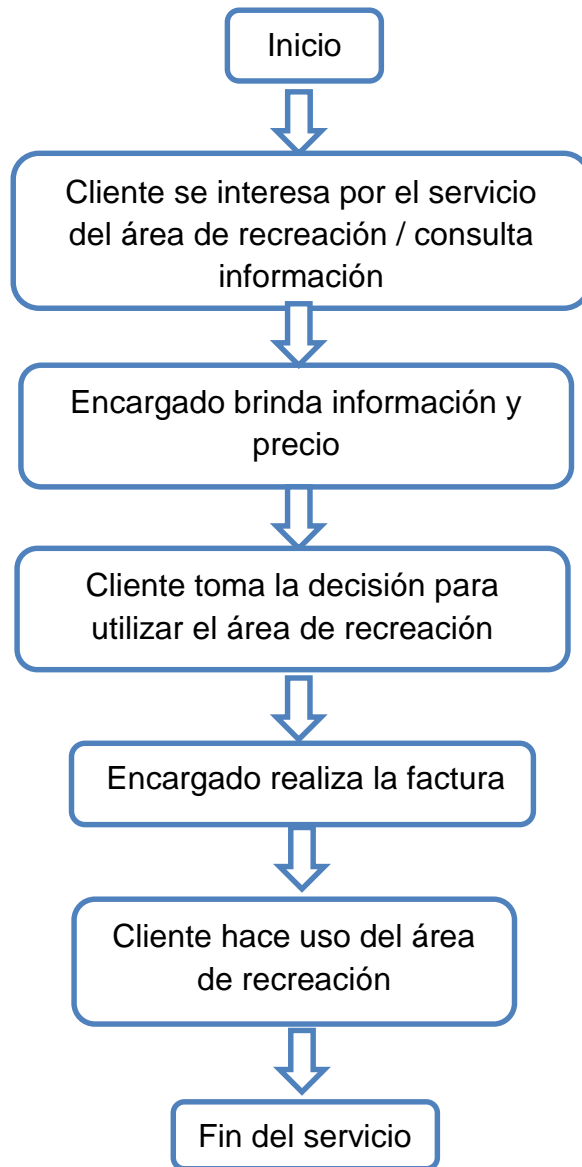
Flujograma 3 oferta del Servicio de Área húmeda



Flujograma de oferta de servicio del área húmeda

Elaborado por: Andrea Zavala

Flujograma 4 oferta del Servicio del área de recreación



Flujograma de oferta del servicio del área de recreación

Elaborado por: Andrea Zavala

1. Receta Estándar

Cuadro 35 Receta estándar Hornado

PRODUCTO Hornado						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 8 h. 30 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Plato fuerte			Peso 500 gr			
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. Compra	Costo	Cant. total	Unidad	
CCH-001	Carne de chancho	454 g	2,70	2.500	G	14,75
S-002	Sal	1.000 g	0,43	60	G	0,03
AJ-003	Ajo	100 g	0,50	50	G	0,25
PIM-004	Pimienta	50 g	0,80	15	G	0,24
COM-005	Comino	50 g	0,65	50	G	0,65
ACIO-006	Achiote	500 cc	1,81	75	Cc	0,30
OR-007	Orégano	50 g	0,62	75	G	0,90
MCH-008	Manteca de chancho	500 g	1,00	50	G	0,10
TR-009	Tomate riñón	454 g	0,50	250	G	0,25
CEP-0010	Cebolla paiteña	454 g	1,00	250	G	0,50
LSU-0011	Limón sutil	20 und	0,80	15	Und	0,60
VIN-0012	Vinagre	480 cc	1,00	50	Cc	0,10
CL-0014	Cilantro	100 g	0,56	50	G	0,30
PA-0015	Papas	2.000 g	1,25	1.000	G	0,62
CB-0016	Cebolla blanca	300 g	1,00	100	G	0,33
MA-0017	Maní	400 g	1,50	200	G	0,80
LCH-0018	Leche	900 ml	0,90	450	MI	0,45
Costo total						21,17
Costo por porción						2,12
Compensación 5%						0,11
Costo porción M.P						2,23
Margen utilidad 35%						0,78
Costos fabricación 30%						0,67
Precio de venta						3,68
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Precalentar el horno de leña a 200 °C por 20 min. 2. Lavar la pierna de cerdo y secarla con un paño. 3. Moler el ajo y el comino. 4. Lavar la lechuga y reservar. 5. Cocinar el mote y reservar. 6. En una fuente mezclar sal, ajo molido, comino molido y achiote. 7. Hacer unos cortes en las partes gruesas de la pierna del cerdo e introducir el aliño preparado anteriormente junto con el orégano, untar la manteca sobre el cuero del cerdo y un poco en la carne. 8. Poner en una lata la pierna del cerdo al horno de 6 a 7 horas. 9. Para el chiriucho: cocinar los tomates, con la misma agua hervida y fría licuamos la mitad de los mismos, la otra mitad cortar en brunoise, exprimir los limones, poner el vinagre, el cilantro, el ajo picado y sal. 10. Para las tortillas de papa: lavar y pelar las papas, poner en una olla a cocinar con sal y cebolla blanca picada toscamente, una vez listo aplastar e incorporar la manteca de chancho con achiote, dar forma con la mano y poner en una sartén con manteca y achiote hasta lograr una costra dura. 11. Para la salsa de maní: hacer un refrito con la cebolla blanca, el ajo, el comino y la manteca de chancho con achiote, licuar el maní con la mitad de la leche e incorporar al refrito, poner poco a poco el resto de la leche y dejar hervir meciendo constantemente por unos 20 min. 						

12. Servir el hornado junto con la tortilla de papa.

Cuadro 36 Receta estándar Cuy Asado

PRODUCTO Cuy asado							
PORCIONES 10			TIEMPO DE PREPARACIÓN 2 h. 45 min				
TIPO DE PREPARACIÓN Plato fuerte			Cantidad 1 unidad				
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total	
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad		
CUY-0019	Cuy	1 und	5,00	5	Und	25,00	
S-002	Sal	1.000 g	0,43	30	G	0,01	
AJ-003	Ajo	100 g	0,50	100	G	0,50	
PIM-004	Pimienta	50 g	0,80	20	G	0,40	
COM-005	Comino	50 g	0,65	100	G	1,30	
ACIO-006	Achiote	500 cc	1,81	150	Cc	0,60	
OR-007	Orégano	50 g	0,62	25	G	0,33	
MCH-008	Manteca de chanco	500 g	1,00	50	G	0,10	
CEP-0010	Cebolla paitaña	454 g	1,00	50	G	0,10	
CL-0014	Cilantro	100 g	0,56	30	G	0,18	
PA-0015	Papas	2.000 g	1,25	1.000	G	0,63	
CB-0016	Cebolla blanca	300 g	1,00	50	G	0,15	
LE-0020	Lechuga	200 g	1,00	200	G	1,00	
						Costo total	30,30
						Costo por porción	3,03
						Compensación 5%	0,15
						Costo porción M.P	3,18
						Margen de utilidad 35%	1,11
						Costos de fabricación 30%	0,95
						Precio de venta	5,24
Preparación:							
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aliñar el cuy con el ajo, el comino y la sal. Dejar reposar hasta el día siguiente. 2. Barnizarlos con achiote y asarlos en carbón, pinchándolos para que vayan cocinándose homogéneamente. 3. Pelar y lavar las papas, reservar. 4. En una olla hacemos un refrito con la manteca, la cebolla, el ajo, el comino, la pimienta y la sal. 5. Agregamos las papas con suficiente agua y cocinamos a fuego lento. 6. Una vez listas las papas servimos el cuy acompañado de las mismas sobre una cama de lechuga. 							

Cuadro 37 Receta estándar Mote Pillo

PRODUCTO Mote pillo						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 27 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Entrada			Peso 200 g			
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad	
MO-0021	Mote	454 g	2,00	1.500	G	6,61
MT-0022	Mantequilla	1000 g	4,90	50	G	0,25
CB-0016	Cebolla blanca	300 g	1,00	100	G	0,33
AJ-003	Ajo	100 g	0,50	30	Gr	0,15
ACIO-006	Achiote	500 cc	1,81	30	Cc	0,12
HE-0023	Huevos	12 und	2,15	10	Und	1,80
LCH-0018	Leche	900 ml	0,90	100	MI	0,10
CL-0014	Cilantro	100 g	0,56	100	Gr	0,60
S-002	Sal	1000 g	0,43	20	Gr	0,008
QE-0024	Queso	500 g	2,95	100	Gr	0,60
Costo total						10,57
Costo por porción						1,06
Compensación 5%						0,05
Costo porción M.P						1,11
Margen utilidad 35%						0,39
Costos de fabricación 30%						0,33
Precio de venta						1,83
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Calentar la mantequilla en una sartén grande, agregar la cebolla blanca, el ajo machacado, el achiote y la sal para el refrito, cocinar hasta que la cebolla este suave, aproximadamente 5 min. 2. Anadir el mote, mezclar bien y cocinar por 2 min. 3. Agregar la leche y cocinar hasta que el mote haya absorbido la leche. 4. Batir los huevos ligeramente y añadirlos al mote, mezclar bien y cocinar por unos 5 min más aproximadamente. 5. Agregar el cilantro y servirlo acompañado con rodajas de queso. 						

Cuadro 38 Receta estándar Llapingachos

PRODUCTO Llapingachos						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 1 h 15 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Plato fuerte			Peso 400 g			
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad	
PA-0015	Papas	2.000 g	1,25	1.816	G	1,14
HE-0022	Huevos	12 und	2,15	10	Und	1,79
ACIO-006	Achiote	500 cc	1,81	10	Cc	0,04
S-002	Sal	1000 g	0,43	50	G	0,02
PIM-004	Pimienta	50 g	0,80	5	G	0,10
QE-0024	Queso	500 g	2,95	100	G	0,59
CH-0025	Chorizo	20 und	5,00	10	Und	2,50
CB-0016	Cebolla blanca	300 g	1,00	25	G	0,08
AJ-003	Ajo	100 g	0,50	10	G	0,05
MA-0017	Maní	500 g	1,50	300	G	0,90
LE-0020	Lechuga	200 g	1,00	400	G	2,00
CEP-0010	Cebolla paiteña	454 g	1,00	90	G	0,20
TR-009	Tomate	454 g	0,50	90	G	0,10
CL-0014	Cilantro	100 g	0,56	15	G	0,09
LSU-0011	Limón	20 und	0,80	4	Und	0,16
LCH-0018	Leche	900 ml	0,90	900	MI	0,90
				Costo total		10,66
				Costo por porción		1,07
				Compensación 5%		0,05
				Costo porción M.P		1,12
				Margen utilidad 35%		0,39
				Costos de fabricación 30%		0,34
				Precio de venta		1,85
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelar, lavar y cocinar las papas en agua con sal. 2. Elaborar con estas un puré agregando el huevo crudo, el achiote, sal y pimienta. 3. Formar tortillas con la mano, rellenarlas de queso y dorarlas en un sartén con poco aceite. 4. Dorar el chorizo en una sartén y freír los huevos. 5. Para la salsa de maní: rehogar la cebolla blanca y el ajo finamente picado en achiote, agregar el maní licuado, agregar un poco de agua, dejar cocinar hasta que espese y sazonar con sal y pimienta. 6. Para el encurtido: cortar la cebolla paiteña y el tomate en juliana añadir el jugo de limón, cilantro picado y sazonar con sal y pimienta. 7. Servir los llapingachos con lechuga picada en juliana, la salsa de maní, los huevos fritos, chorizo y el encurtido. 						

Cuadro 39 Receta estándar Bolón de verde y café

PRODUCTO Bolón de verde y café						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 40 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Entrada			Peso 150 gr			
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad	
CHI-0026	Chicharrón	454 g	3,00	300	G	1,98
PVE-0028	Plátanos verdes	1.500 g	1,50	750	G	0,75
S-002	Sal	1000 g	0,43	15	G	0,06
MCH-008	Manteca de chanco	500 g	1,00	30	G	0,06
QE-0024	Queso	500 g	2,95	300	G	1,77
CA-0039	Café instantáneo	400 g	4,87	60	G	0,73
AZ-0040	Azúcar	2.000 g	2,50	100	G	0,25
				Costo total		5,60
				Costo por porción		0,56
				Compensación 5%		0,03
				Costo porción M.P		0,59
				Margen utilidad 35%		0,21
				Costos de fabricación 30%		0,18
				Precio de venta		0,98
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cocinar en agua los verdes, majarlos, agregar la manteca de chanco y sal. 2. Amasar bien y agregar el queso o los chicharrones y la cebolla paiteña finamente picada. Formar porciones en forma redonda. 3. Podemos freír o dorar en manteca. Reservar 4. Ponemos una olla con agua a hervir, una vez hervida el agua colocamos el café y el azúcar. 5. Servir el bolón de verde acompañado con el café. 						

Cuadro 40 Receta estándar Ceviche de Camarón

PRODUCTO Ceviche de camarón						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 42 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Plato fuerte			Peso 400 gr			
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad	
CAM-0032	Camarón	1.000 g	5,00	3.000	G	15,00
CEP-0010	Cebolla paiteña	454 g	1,00	100	G	0,20
TR-009	Tomate riñón	454 g	0,50	800	G	0,80
CL-0014	Cilantro	100 g	0,56	60	G	0,36
LSU-0011	Limón	20 und	0,80	10	Und	0,40
MOS-0035	Mostaza	370 g	1,83	30	G	0,15
SAT-0036	Salsa de tomate	400 g	2,15	30	G	0,15
ACE-0029	Aceite	1.000 cc	2,75	30	Cc	0,09
S-002	Sal	1000 g	0,43	30	G	0,12
PIM-004	Pimienta	50 g	0,80	30	G	0,60
					Costo total	17,87
					Costo por porción	1,78
					Compensación 5%	0,09
					Costo porción M.P	1,87
					Margen utilidad 35%	0,65
					Costos de fabricación 30%	0,56
					Precio de venta	3,08
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poner los camarones en una cazuela de agua hirviendo con sal y déjelo hervir por 5 min. 2. Sacar los camarones del agua hirviendo y dejar enfriar en agua con unos cubitos de hielo. 3. Mientras tanto pelar la cebolla y cortarla en plumas bien fino y lavarla con sal y azúcar. 4. Luego corte los limones, pele los tomates, sáquele la semilla y córtelos en brunoise, mézclelos con la cebolla, la salsa de tomate, la mostaza, el cilantro, sal, pimienta y aceite. 5. Agregue los camarones a la mezcla anterior y sirva el ceviche acompañado con canguil o chifles. 						

Cuadro 41 Receta estándar Arroz con menestra y carne asada

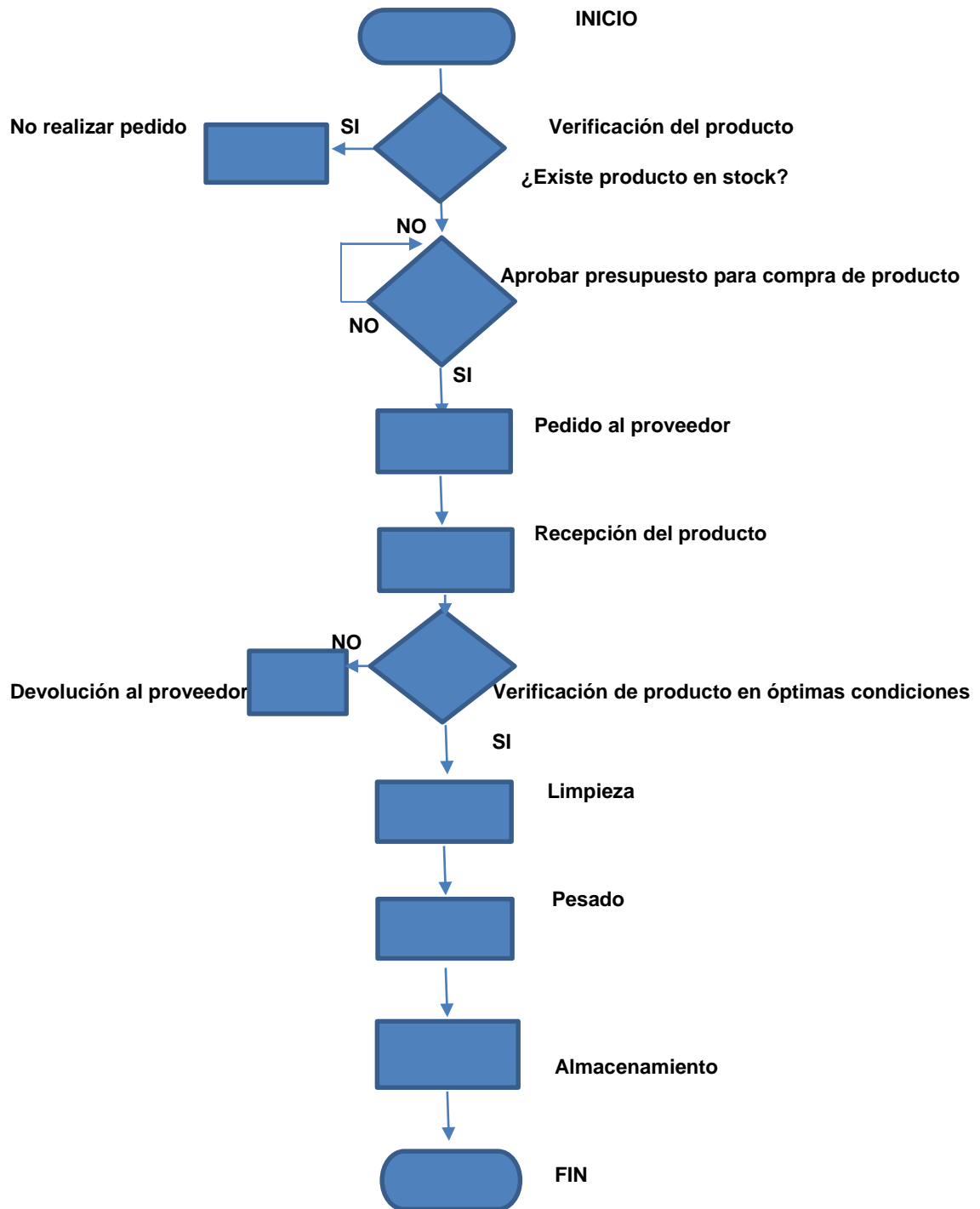
PRODUCTO Arroz con menestra y carne asada						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 1 h 40 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Plato fuerte		Peso/cantidad		400 g		
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad	
LEN-0027	Lenteja	500 gr	0,85	500	Gr	0,85
AJ-003	Ajo	100 gr	0,50	40	Gr	0,20
CB-0016	Cebolla blanca	300 gr	1,00	35	Gr	0,11
CEP-0010	Cebolla paitaña	1 lb	1,00	40	Gr	0,08
PVE-0028	Plátanos verdes	1.500 g	1,50	750	G	0,75
TR-009	Tomate riñón	454 gr	0,50	100	Gr	0,10
ACE-0029	Aceite	1 lt	2,75	110	Cc	0,33
S-002	Sal	1.000 gr	0,43	50	Gr	0,02
PIN-004	Pimienta	50 gr	0,80	40	Gr	0,80
ARR-0030	Arroz	454 g	0,50	900	Gr	0,99
OR-007	Orégano	20 und	0,80	25	Gr	0,75
COM-005	Comino	50 gr	0,65	15	Gr	0,15
CRE-0031	Pulpa redonda de res	454 gr	4,00	700	Gr	6,17
				Costo total		11,35
				Costo por porción		1,14
				Compensación 5%		0,06
				Costo porción M.P		1,20
				Margen utilidad 35%		0,42
				Costos de fabricación 30%		0,36
				Precio de venta		1,98
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ponga en remojo las lentejas desde la noche anterior. 2. Cocine el arroz como de costumbre. 3. Cocine las lentejas en suficiente agua hasta que estén blandas. 4. En una olla prepare un refrito con el aceite, las cebollas y el ajo hasta que estos estén transparentes. 5. Incorpore el tomate y deje cocinar por 5 min más. 6. Añada la lenteja con su líquido, el plátano rallado, sazonar con sal y pimienta y deje cocinar por 10 min más hasta que reduzca y esté la menestra ligeramente espesa. 7. Para los patacones: corte los plátanos verdes en rebanadas de 2 cm de grosor. 8. Caliente una sartén con suficiente aceite para freír dore los plátanos. 9. Retire y coloque en papel absorbente y aplaste los plátanos formando los patacones. 10. Termine la fritura hasta que estén dorados. 11. Para la carne asada: sazonar con anterioridad la carne con sal, pimienta, comino y ajo. 12. Asar a la plancha hasta que se dore. 						

Cuadro 42 Receta estándar Arroz con Camarón

PRODUCTO Arroz con camarón						
PORCIONES 10 pax			TIEMPO DE PREPARACIÓN 1 h 30 min			
TIPO DE PREPARACIÓN Plato fuerte			Peso 400gr			
Cód. Ing.	Ingredientes	Compra		Consumo		Costo total
		Cant. compra	Costo	Cant. total	Unidad	
CAM-0032	Camarón	1.000 g	5,00	2.000	G	10,00
ARR-0030	Arroz	453 g	0,50	900	G	0,99
CO-0033	Coco	1.000 g	1,50	1.000	G	1,50
PIMT-0034	Pimientos	190 g	0,50	190	G	0,50
CEP-0010	Cebolla paiteña	454 g	1,00	100	Gr	0,20
CB-0016	Cebolla blanca	300 gr	1,00	100	Gr	0,30
AJ-003	Ajo	100 gr	0,50	30	Gr	0,15
ACE-0029	Aceite	1.000 cc	2,75	100	Cc	0,28
S-002	Sal	1000 gr	0,43	30	Gr	0,01
PIN-004	Pimienta	50 gr	0,80	20	Gr	0,40
					Costo total	14,33
					Costo por porción	1,43
					Compensación 5%	0,07
					Costo porción M.P	1,50
					Margen utilidad 35%	0,53
					Costos de fabricación 30%	0,45
					Precio de venta	2,48
Preparación:						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparar las dos libras de arroz como de costumbre. 2. Lavar bien los camarones y desvene, en un poco de aceite sofría los camarones con la cebolla y pimientos picados en juliana por unos diez minutos. 3. Aparte licúe el coco sacando las dos leches. 4. En la segunda leche mezcle el refrito de camarones y muévelo para que no se pegue. 5. Luego agregue la primera leche y ponga el arroz cocinado, mezcle y cocine a fuego lento. 6. Sirvalo bien caliente. 						

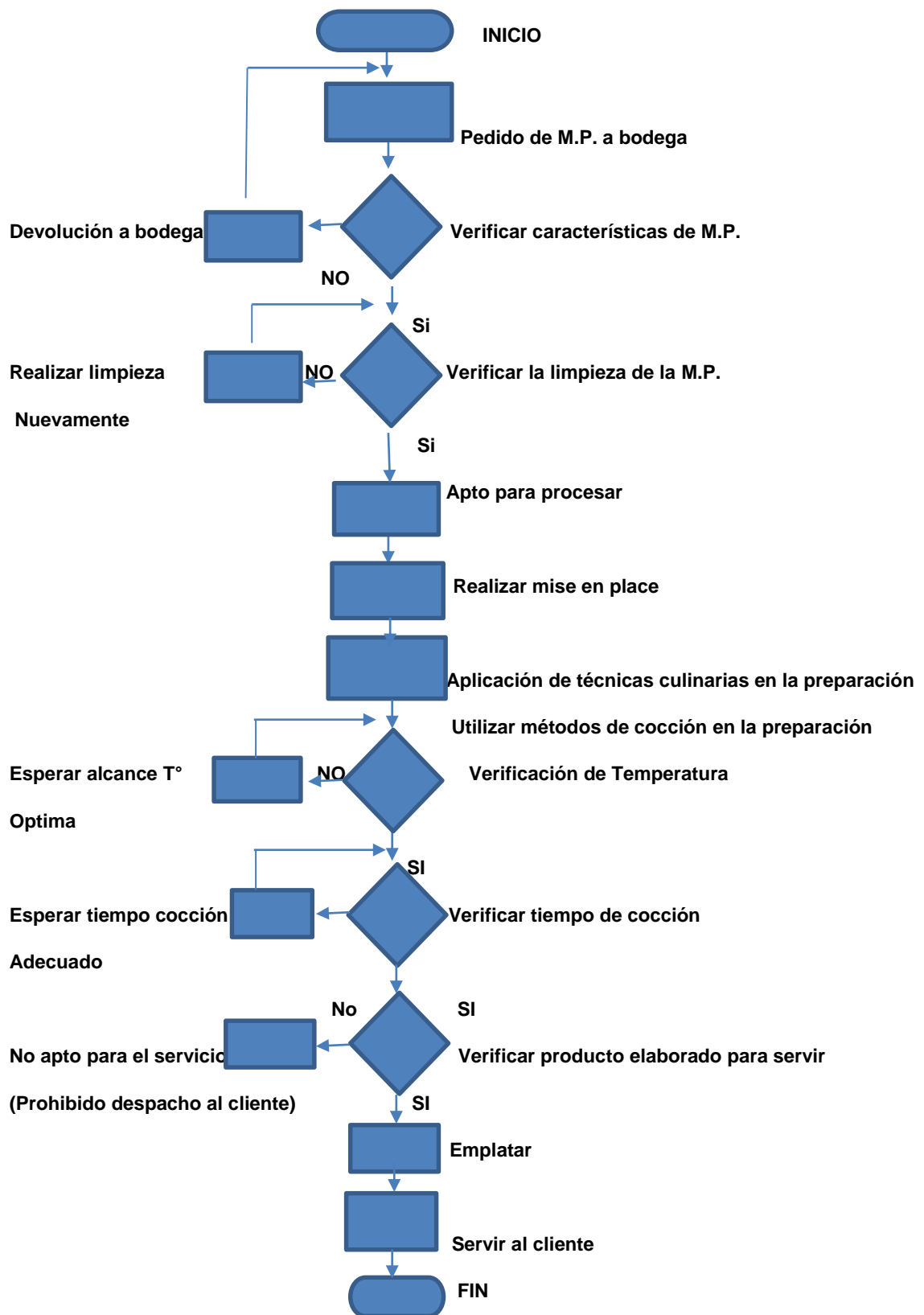
Flujograma para Adquisición de Materia Prima

Flujograma 5 Adquisición de materia prima



Flujograma de la elaboración de los productos

Flujograma 6 elaboración de productos



2. Diseño de la planta

El diseño de la planta comprende determinar la ubicación de las áreas de trabajo y maquinaria a utilizarse para la elaboración de los productos y oferta del servicio, los mismos se detallan a continuación:

Cuadro 43 Distribución del área de alimentación

DEPENDENCIA	SUPERFICIE
Área de producción	18 m ²
Área de servicio	39 m ²

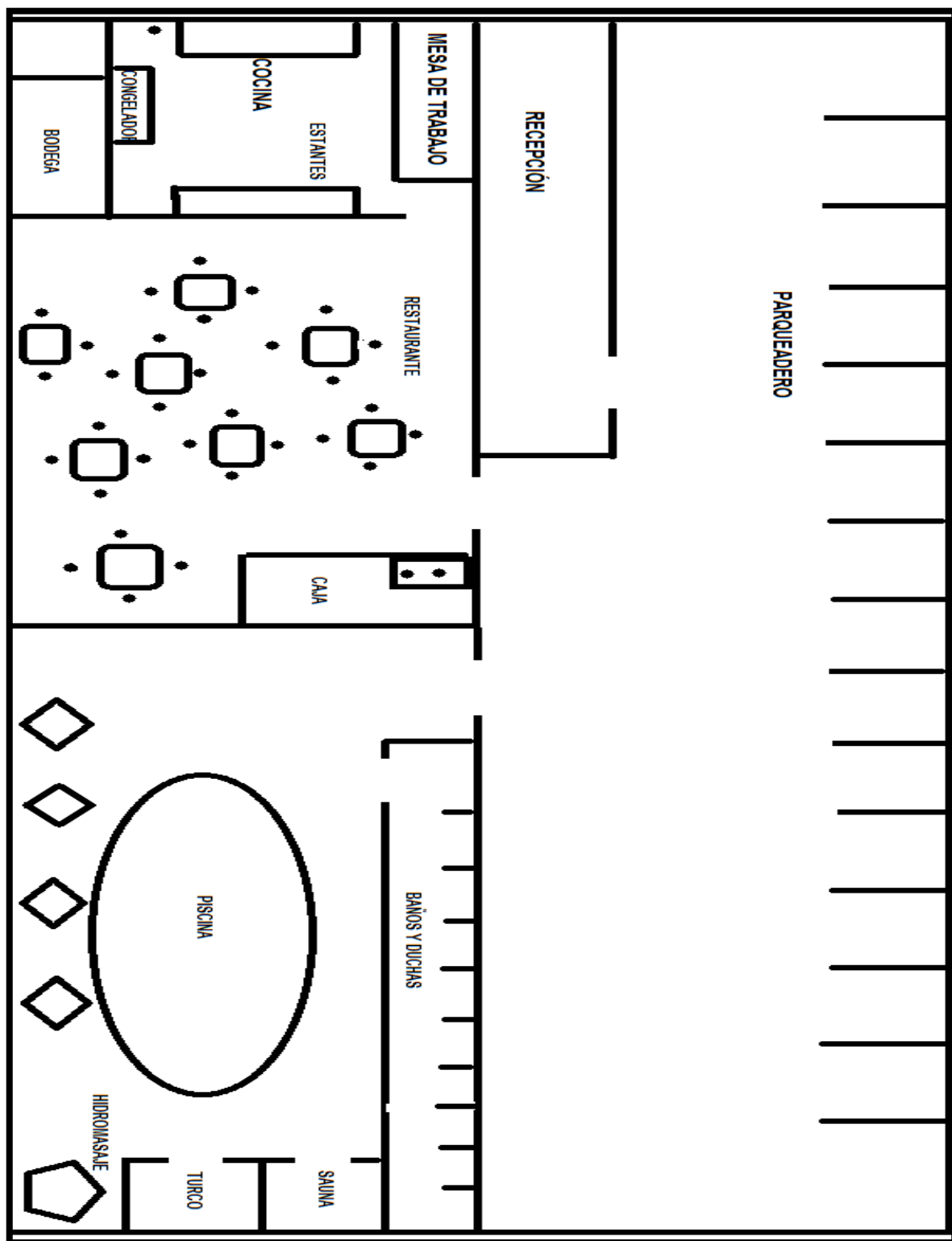
Cuadro 44 Distribución del área húmeda

DEPENDENCIA	SUPERFICIE
Piscina	10 m ²
Sauna	3 m ²
Turco	3 m ²
Hidromasaje	5 m ²
Duchas	7 m ²
Baños	3 m ²

Cuadro 45 Distribución del área de distracción

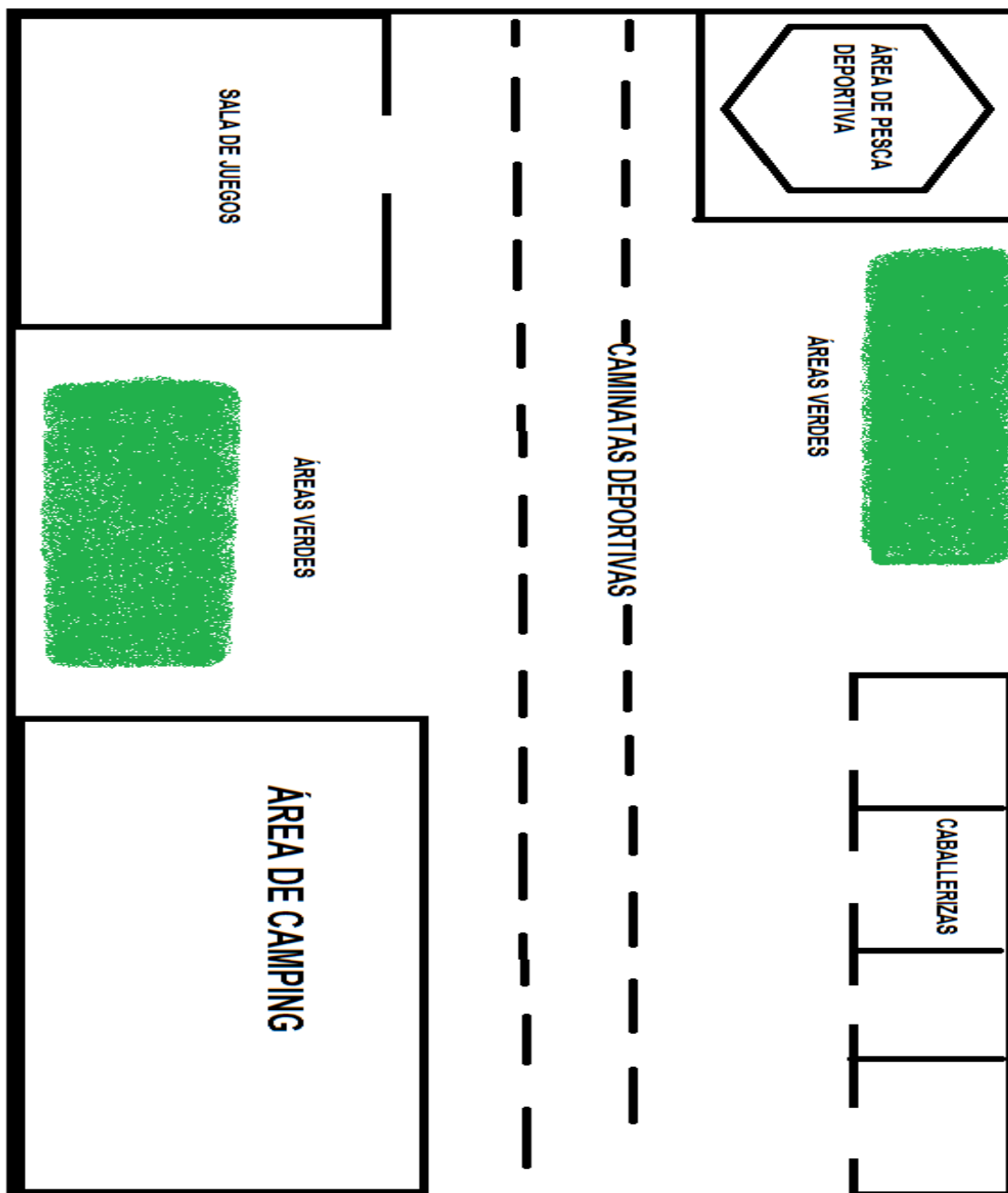
DEPENDENCIA	SUPERFICIE
Pesca deportiva	8 m ²
Camping	30 m ²
Sala de juegos	3 m ²
Caballerizas	6 m ²

Grafico 23 Diagrama de distribución del área de recepción, alimentación y área húmeda.



Elaborado por: Andrea Zavala

Grafico 24 Diagrama de distribución del área de recreación.



Elaborado por: Andrea Zavala

vi. Viabilidad Técnica

Mediante estudios realizados anteriormente se pudo determinar que si es posible llevar a cabo satisfactoriamente el proyecto ya que existe viabilidad técnica para la implementación del paradero ya que tiene la suficiente capacidad para ofertar los servicios anteriormente citados, verificando factores diversos como maquinaria, materia prima entre otros.

Cuadro 46 Capital de Trabajo (dólares)

Detalle	Cantidad	Mensual	Anual
Materia Prima Directa		\$ 121,02	\$ 1.452,24
Mano de obra directa	4	\$ 2.600,00	\$35.924,00
Costos indirectos de fabricación		\$613.07	\$ 7,356.84
Materia Prima Indirecta		\$ 561,00	\$ 561,00
Mano de obra indirecta	4	\$ 2.162,00	\$ 29.776,00
Servicios Básicos		\$ 270,00	\$ 3.240,00
Depreciaciones		\$1.564,00	\$18.768,00
Amortización		\$ 822,00	\$9.876,00
Total		\$8. 642,49	\$106.094,88

Cuadro 47 Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Horno	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Mesa de acero	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Congelador	1	\$ 775,00	\$ 775,00
Refrigerador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Parrilla	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Tanque de gas	2	\$85,00	\$ 170,00
Estantes	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 5.185,00

Cuadro 48 Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesas	10	\$ 90,00	\$ 900,00
Sillas	40	\$ 20,00	\$ 800,00
Caja registradora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 2.200,00

Cuadro 49 Menaje y Vajilla

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Platos tendido base	40	1.00	40.00
Sartén 28 cm	2	50.00	100.00
Set de cuchillos 6 pcs	1	100.00	100.00
Jarras para agua	6	8.00	48.00
Vasos grandes	40	0.50	20.00
Porta hielo	6	2.00	12.00
Cuchillos de mesa	40	0.50	20.00
Tenedores	40	1.30	52.00
Set de bandejas 4 pcs	1	10.00	10.00
Juego de ajiceros 6 pcs	1	6.00	6.00
Pimenteros	6	0.25	1.50
Saleros	6	0.25	1.50
Floreros	6	5.00	30.00
Manteles	6	15.00	90.00
Cubre manteles	6	5.00	30.00
TOTAL			\$ 561,00

MATERIA PRIMA

Cuadro 50 Consolidado de Materia Prima

Productos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Carne de chancho	2.500 g	2,70	14,75
Sal	285 gr	0,43	0,28
Ajo	260 gr	0,50	1,30
Pimienta	130 gr	0,80	2,54
Comino	165 gr	0,65	2,10
Achiote	265 cc	1,81	1,06
Orégano	125 gr	0,62	1,98
Manteca de chancho	130 gr	1,00	0,26
Tomate riñón	1.240 gr	0,50	1,25
Cebolla paiteña	630 gr	1,00	1,28
Maní	500 gr	1,50	1,70
Leche	1.450 ml	0,90	1,45
Cuy	5 und	5,00	25,00
Papas	3.816 gr	1,25	2,39
Cebolla blanca	410 gr	1,00	1,30
Lechuga	600 gr	1,00	3,00
Cilantro	255 gr	0,56	1,53
Mote	1.500 g	2,00	6,61
Mantequilla	50 gr	4,90	0,25
Huevos	20 und	2,15	3,59
Queso	500 gr	2,95	2,96
Chorizo	10 und	5,00	2,50
Limón	29 und	0,80	1,16
Chicharrón	300 gr	3,00	1,98
Plátanos verdes	1.500 g	1,00	1,50
Camarón	5.000 gr	5,00	25,00
Mostaza	30 gr	1,83	0,15
Salsa de tomate	30 gr	2,15	0,15
Aceite	240 cc	2,75	0,70
Lenteja	500	0,85	0,85
Arroz	1.800 gr	0,50	1,98
Carne de res	700 gr	4,00	6,17
Coco	1.000 g	1,50	1,50
Pimientos	190 g	0,50	0,50
Vinagre	50 cc	1,00	0,30
TOTAL			121,02

Cuadro 51 Útiles de aseo (dólares)

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escobas	4	\$ 2,00	\$ 2,00
Trapeadores	4	\$ 2,00	\$ 2,00
Recogedor	3	\$ 1,50	\$ 3,00
Desinfectante	12	\$ 1,00	\$ 5,00
Jabón liquido	6	\$ 1,25	\$ 6,25
Cloro	2	\$ 1,00	\$ 3,00
Toallas	3	\$ 5,00	\$ 5,00
Papel Higiénico (12 rollos)	24	\$ 0,20	\$ 4,80
Ambiental	4	\$ 0,80	\$ 1,60
Esponjas lavavajillas	12	\$ 0,50	\$ 6,00
Fundas para basura (10 u)	24	\$ 1,00	\$ 24,00
Servilletas (300 u)	12	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL			\$ 98.65

Cuadro 52 Depreciaciones (dólares)

Detalle	Valor	Porcentaje	Valor de salvamento	Años	Depreciación anual
Muebles de oficina	400,00	10%	40	10	36,00
Equipo de computo	1.900,00	33%	633,27	3	424,33
Maquinaria y equipo	5.100,00	10%	510,00	10	459,00
Muebles y enseres	2.200,00	10%	220,00	10	198,00
Semoviente	2.000,00	33%	666,60	3	446,67
Total	11.600,00		2.069,87		1.564,00

Cuadro 53 Servicios Básicos (dólares)

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Luz	1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1,080,00
Agua	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1,200,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Internet	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Total				\$ 3,240.00

Cuadro 54 Costos salariales mano de obra directa (dólares)

Cargo	N°	Sueldo mensual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Total a recibir al año
Chef	2	900,00	708,00	900,00	12,408.00
Ayudante de cocina	1	400,00	354,00	400,00	5,554.00
Stewart	1	400,00	354,00	400,00	5,554.00
Mesero	2	900,00	708,00	900,00	12,408.00

Cuadro 55 Costos salariales mano de obra indirecta (dólares)

Cargo	N°	Sueldo mensual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Total a recibir al año
Gerente	1	600.00	354,00	600,00	8.154,00
Encargado de área húmeda	1	354.00	354,00	354,00	4.956,00
Encargado de área de distracción	2	708.00	708,00	708,00	9.912,00
Guardia	1	400.00	354,00	400,00	5.554,00

Cuadro 56 Servicios profesionales del contador

Cargo	Horas mensuales	Valor por hora	Valor mensual	Valor anual
Contador	10	\$ 10	\$100,00	\$ 1.200,00

Cuadro 57 Gastos de instalación (dólares)

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V.TOTAL
Remodelación	m2	30	\$ 15,00	\$ 450,00
Adecuaciones	puntos	10	\$ 6,00	\$ 60,00
TOTAL				\$ 510,00

Cuadro 58 Costo de combustible

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	C.UNITARIO	C. MENSUAL	C. ANUAL
Gasolina eco país	400 galones	1.75	58.00	696.00
Gas industrial	90 cilindros	17.00	127.50	1,530.00
TOTAL				2,226.00

b. ASPECTOS JURIDICOS – MERCANTILES

i. Forma jurídica elegida para el proyecto

La figura legal de la empresa **PARADERO TURISTICO GASTRONÓMICO SAN JAVIER** se constituirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, ya que ofrece varias ventajas que nos permitirá un desarrollo empresarial entre las mismas se destaca:

- No requiere capital mínimo para su constitución.
- La motivación de cada socio para dedicar su esfuerzo es grande ya que participan directamente en los beneficios.
 - La posibilidad de reunir un capital mayor para la empresa.
- Las responsabilidades ante las obligaciones sociales de la empresa están limitadas al patrimonio de la misma.
- La sociedad se mantendrá aún después de la muerte de alguno de sus socios.

Ley de las compañías

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar

una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc.- no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y de operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.

Art.95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

Conforme a la Constitución Política de la República del Ecuador

En el Art. 66 numeral 13: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria; Art. 66 numeral 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental; Art. 83 numeral 6: Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible y el Art 319: Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas.

ii. Requisitos legales para la constitución de la empresa

1. Requisitos básicos

Registro único de turismo

- Solicitud dirigida al Ministerio de Turismo (director)
- Constitución legal de la empresa
- Representación legal de la entidad
- Acta de constitución
- Pago de tasa por registro
- RUC para servicios turísticos
- Mapa de ubicación
- Oferta de servicios

- Este pago se realizará una sola vez.

Licencia única anual de funcionamiento de establecimientos turísticos

La legislación vigente es clara en este sentido: la Licencia Única de Funcionamiento, si se cuenta con el Registro de Turismo expedido por el Ministerio de Turismo y la otorga, ya sea el Ministerio de Turismo en los cantones sin competencia turística, o en las municipalidades con dichas competencias.

Ante el Ministerio, los requisitos para obtener la LUAF son:

- Certificado del Registro conferido por el Ministerio de Turismo
- La patente municipal
- Copia certificada del RUC
- Copia permiso del Cuerpo de Bomberos
- Formulario actualizado de la planta turística
- Lista de precios del establecimiento turístico
- Copia de la escritura o contrato de arrendamiento del local

Patente municipal

- Copia de la cédula y papeleta de votación
- Copia del RUC
- Copia permiso del Cuerpo de Bomberos
- Copia del título donde se ubica la actividad
- Copia del permiso de funcionamiento de salud
- Copia de la Licencia Única Anual de Funcionamiento
- Copia del permiso de la Intendencia

Constitución de una empresa de responsabilidad limitada

- Deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaria General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art 92 de la Ley de Compañías y resolución N°. SC. SG. 2008.008; R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).
- Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art 16 LC).
- De conformidad con lo prescrito en el artículo 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.
- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Invención en Ecuador

- Solicitud en formato IEPI
- Tasa de solicitud
- Memoria descriptiva en español
- Reivindicaciones en español
- Dibujos
- Sesión de derechos
- Copia de prioridad
- Tasa de mantenimiento
- Nombramiento del representante legal

Inscripción del RUC

- Formato RUC 01-A lleno con los datos de la compañía
- Original y copia de la escritura de constitución de la compañía
- Original y copia del nombramiento del representante legal
- Original y copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Planilla anual de pago de servicios
- Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC

iii. Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa.

Cuadro 59 Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa.

Derechos	Deberes	Obligaciones
----------	---------	--------------

Exclusividad del servicio básico.	Procurar el cuidado integral de su salud.	Obtener el RUC.
Personería jurídica.	Suministrar información clara, veraz y completa sobre su estado de salud.	Declaración de Impuesto al valor agregado
Actividad comercial legítima y regulada con las normativas vigentes de la constitución del Ecuador.	Participar en la prevención de los riesgos profesionales mediante las actividades que determinen de manera conjunta a la empresa.	Declaración del Impuesto a la Renta

iv. Gastos de constitución

Cuadro 60 Gastos de constitución

Detalle	Valor
Apertura de cuenta e integración de capital	50,00
Escritura pública de la empresa	300,00
Aprobación de la escritura de constitución	80,00
Resolución de aprobación de las escrituras	40,00
Inscripción de las escrituras en el Registro Mercantil	450,00
Elaboración de los nombramientos de la directiva de la empresa	270,46
Inscripción de los nombramientos de la directiva de la empresa	60,00
Reingreso de los documentos a la superintendencia de compañías	30,00
Obtención del RUC	100,00
Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la compañía.	100,00
Impresión de facturas	200,00
Notario público	286,54
Asesor jurídico	300,00
TOTAL	\$2, 267.00

c. ESTRATEGIAS DE MARKETING

a. Producto

El servicio a ofertar en nuestro establecimiento es de alimentación y de recreación los mismos que serán de calidad para el bienestar de nuestros potenciales clientes.

Además de la calidad en la oferta y producción de los productos, es preciso ofrecer un servicio esmerado, profesional y orientado a la fidelización del cliente.

1. Descripción del producto

Este paradero ofertara servicios de alimentación y distracción por ello se plantea crea una marca comercial que esté acorde al servicio entregado, la cual se conocerá como "PARADERO TURISTICO GASTRONOMICO SAN JAVIER", se le dio este nombre al establecimiento ya que es el nombre de la quinta donde se ubicara el mismo.

Logotipo



PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO


SAN JAVIER

La aventura empieza aquí

Grafico 25 Logotipo

Realizado por: Andrea Zavala

Cuadro 61 Marca

DESCRIPCIÓN	CONTENIDO
	La marca logotipo que representa una casa con un cucharón y una cacerola que significa la actividad a realizar en este caso el paradero turístico gastronómico.
PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO	Nombre de la empresa, este nombre indica la actividad que se realizara en la Quinta.
SAN JAVIER	Se le dio este nombre ya que la empresa se ubicara en la Quinta del mismo nombre.
COLOR DE FONDO	Blanco: Es utilizado para el fondo, permite que se identifique bien el logo.
COLOR PRINCIPAL	GAMA CROMÁTICA Color rojo: Es el color del amor, ternura, pasión, sirve para promocionar servicios alimentarios ya que estimula el apetito. Color café: Significa las personas físicas. El color de la tierra, cálido y neutro. Puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.
TIPO DE LETRA	Arial 14: Las letras son de referencia al contenido de la imagen corporativa.

Gama de productos

Cuadro 62 Productos

Tipo de producto	Productos

Platos típicos	Hornado Cuy asado Mote pillo Llapingachos Bolón de verde Ceviche de camarón Arroz con menestra y carne asada Arroz con camarón
Zona Húmeda	Piscina Sauna Turco Hidromasaje
Zona de distracción	Paseos a caballo Pesca deportiva Camping Sala de juegos Caminata deportiva

Estrategias de ciclo de vida del producto o servicio.

Cuadro 63 Ciclo de vida del producto o servicio

Etapas de introducción	Etapas de crecimiento
<p>Las ventas son bajas</p> <p>Existen competidores.</p> <p>Los precios suelen ser altos en esta etapa, debido a que existe una sola oferta, o unas cuantas.</p> <p>Los gastos en promoción y distribución son altos.</p> <p>Las actividades de distribución son selectivas.</p> <p>Las utilidades son negativas o muy bajas.</p>	<p>Las ventas suben con rapidez.</p> <p>La promoción tiene el objetivo de persuadir para lograr la preferencia por el servicio.</p> <p>Las utilidades aumentan, a medida que los costos de elaboración bajan y los costos de promoción se reparten entre un volumen más grande.</p> <p>Los clientes que adquieren el servicio en esta etapa son los adoptadores tempranos.</p>

<p>El objetivo principal de la promoción es informar.</p> <p>Los clientes que adquieren el servicio son los innovadores.</p>	
Etapa de madurez	Etapa declinación
<p>En una primera etapa, la oferta del servicio sigue aumentando, pero a ritmo decreciente, hasta que llega el momento en que se detiene.</p> <p>La competencia es intensa, aunque el número de competidores primero tiende a estabilizarse, y luego comienza a reducirse.</p> <p>El tipo de servicio cambia para atraer a segmentos de mercado adicionales y conservar a los potenciales clientes.</p> <p>Existe una intensa competencia de precios.</p> <p>Existe una fuerte promoción que pretende destacar las diferencias y beneficios del servicio.</p> <p>Los clientes que compran en esta etapa son la mayoría media.</p>	<p>Las ventas van en declive.</p> <p>La competencia baja la intensidad debido a que el número de competidores va decreciendo.</p> <p>Los precios se estabilizan a niveles relativamente bajos.</p> <p>La promoción se reduce al mínimo, tan solo para reforzar la imagen de marca o para recordar la existencia del producto.</p> <p>Existe una baja en las utilidades hasta que éstos son nulos, e incluso, se convierten en negativos.</p> <p>Los clientes que compran en esta etapa, son los rezagados.</p>

Precio

El precio que determina el **PARADERO TURÍSTICO GASTRONÓMICO SAN JAVIER** es acorde a los precios del mercado y a la calidad del servicio.

Al ejecutar un análisis y comparación de precios con algunos competidores se puede decir que el precio se establecido de acuerdo al mercado el mismo que es accesible para los clientes siendo un valor que está dentro del rango en relación a la competencia.

Costo de producción por cada plato elaborado.

Cuadro 64 Costo de producción por plato

Producto	Precio receta estándar
Hornado	2,23
Cuy asado	3,18
Mote pillo	1,11
Llapingachos	1,12
Bolón de verde	0,59
Ceviche de camarón	1,87
Arroz con menestra y carne asada	1,20
Arroz con camarón	1,50

Costo de margen de utilidad

Hornado

Cuadro 65 Márgenes de utilidad del hornado

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%
Costo de Producción del hornado	2,23	2,23	2,23	2,23
Margen de utilidad		0,78	1,00	1,12
Total Costo de venta al publico		3,01	3,23	3,35

Cuy asado

Cuadro 66 Márgenes de utilidad del Cuy asado

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%
Costo de Producción	3,18	3,18	3,18	3,18
Margen de utilidad		1,11	1,43	1,59
Total Costo de venta al publico		4,29	4,61	4,77

Mote pillo

Cuadro 67 Márgenes de utilidad del Mote pillo

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%

Costo de Producción	1,11	1,11	1,11	1,11
Margen de utilidad		0,39	0,50	0,56
Total Costo de venta al publico		1,50	1,61	1,67

Llapingacho

Cuadro 68 Márgenes de utilidad del Llapingacho

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%
Costo de Producción	1,12	1,12	1,12	1,12
Margen de utilidad		0,39	0,50	0,56
Total Costo de venta al publico		1,51	1,62	1,68

Bolón de verde

Cuadro 69 Márgenes de utilidad del Bolón de verde

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%
Costo de Producción	0,59	0,59	0,59	0,59
Margen de utilidad		0,21	0,27	0,30
Total Costo de venta al publico		0,80	0,86	0,89

Ceviche de camarón

Cuadro 70 Márgenes de utilidad del Ceviche de camarón

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%
Costo de Producción	1,87	1,87	1,87	1,87
Margen de utilidad		0,65	0,84	0,94
Total Costo de venta al publico		2,52	2,71	2,81

Arroz con menestra y carne asada

Cuadro 71 Márgenes de utilidad del Arroz con menestra y carne asada

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
---------	-------	------------------------	--	--

		35%	45%	50%
Costo de Producción	1,20	1,20	1,20	1,20
Margen de utilidad		0,42	0,54	0,60
Total Costo de venta al publico		1,62	1,74	1,80

Arroz con camarón

Cuadro 72 Márgenes de utilidad del Arroz con camarón

Detalle	Valor	Porcentaje de utilidad		
		35%	45%	50%
Costo de Producción	1,50	1,50	1,50	1,50
Margen de utilidad		0,53	0,68	0,75
Total Costo de venta al publico		2,03	2,18	2,25

Análisis de precios

Cuadro 73 Análisis de precio

Producto	Precio receta estándar	Precio competencia	Precio promedio en la encuesta	Decisión
Hornado	2.23	6,00	10 a 20	3,35
Cuy asado	3,18	8,00	10 a 20	4,77
Mote pillo	1,11	2,00	10 a 20	1,67
Llapingachos	1,12	3,00	10 a 20	1,68
Bolón de verde	0,59	0,90	10 a 20	0,80
Ceviche de camarón	1,87	4,50	10 a 20	2,81
Arroz con menestra y carne asada	1,20	3,00	10 a 20	1,80
Arroz con camarón	1,50	5,00	10 a 20	2,25
Otros servicios		Precio competencia	Precio promedio en la encuesta	Decisión
Paseos a caballo		5,00	10 a 20	4,00
Piscina, sauna, turco e hidromasaje		6,00	10 a 20	4,00
Pesca deportiva		3,00	10 a 20	4,00

En la encuesta se determinó que las personas están dispuestas a pagar \$ 10 usd por los servicios que el paradero ofrece, los precios de la competencia están

datos según el mercado de la ciudad de Riobamba, el precio que se estableció para la venta del producto está dado según el análisis de precios realizado con la competencia.

Precio de venta al público

El precio de venta al público se determinó por el costo de producción y un porcentaje de margen de utilidad es por ello que la empresa considera para cada producto un margen de utilidad diferente. El costo por cada producto está dado por el costo total unitario más margen de utilidad, es así que se obtiene un costo unitario total como se detalla a continuación:

Cuadro 74 Precio al público

Platos típicos	Costo de producción	Costo de venta al público incluido margen de utilidad
Hornado	2,23	3,35
Cuy asado	3,18	4,77
Mote pillo	1,11	1,67
Llapingachos	1,12	1,68
Bolón de verde	0,59	0,80
Ceviche de camarón	1,87	2,81
Arroz con menestra y carne asada	1,20	1,80
Arroz con camarón	1,50	2,25
Otros servicios		
Paseos a caballo	3,00	4,00
Pesca deportiva	2,50	4,00
Piscina, sauna, turco e hidromasaje	3,50	4,00

Nota: Los precios están dados previo a un análisis de la competencia.

iii. Distribución

El canal de distribución elegido es Directo es decir Productor – Consumidor Final, el Paradero Turístico Gastronómico San Javier ha elegido este canal porque se

puede tener el control de las ventas, se puede hacer mayor promoción de los servicios, se tiene un contacto directo con los clientes haciendo más eficiente la comunicación con quienes compran nuestro producto y se obtiene mayor ganancia al reducir las comisiones que cobrarían los intermediarios y se puede tener un mejor control del precio en el mercado.

iv. Plan de comunicación

De acuerdo con el estudio de la demanda los medios a emplearse en publicidad son:

- a) Internet**
- b) Radio**
- c) Televisión**

Spots publicitarios

Spot publicitario para radio

Contenido del mensaje para el spot publicitario

Música de introducción

Estás cansado de hacer lo mismo en tu tiempo libre. Sientes que no tienes una opción cercana para distraerte. Pero te gusta la aventura y disfrutas de los deportes al aire libre. Ven y visita el Paradero Turístico Gastronómico San Javier, donde podrás realizar actividades como pesca deportiva, caminatas deportivas, paseos a caballo, camping, disfruta de piscina, sauna turco e hidromasaje todo en un ambiente natural. Nos encontramos en el kilómetro 6 vía Riobamba –Licto contáctanos en Facebook como Paradero Turístico Gastronómico San Javier, visita nuestra página web www.paraderoturisticogastronomicosanjavier.com o escríbenos a nuestro correo electrónico paraderoturisticogastronomicosanjavier@yahoo.com Paradero Turístico Gastronómico San Javier. La aventura empieza aquí.

Música de finalización del spot publicitario

Spot publicitario para televisión

Cuadro 75 Guion para televisión

Toma	Escena	Tipo de toma	Guion interpretativo	Tipo música	Efecto visual	Duración
1	Aparece una señorita preparando una maleta para salir de vacaciones	Plano general de la habitación	Locutor dice: estás cansado de ir siempre al mismo lugar en vacaciones	Música de terror	Resplandor	6 segundos
2	Escucha una noticia en la tv	primer plano de la señorita	Locutor dice: te gusta la aventura y la buena comida	Música de suspenso	Transición	3 segundos
3	Se vuela y mira la tv	Plano medio de la señorita y la tv	Música	Música de suspenso	Resplandor	5 segundos
4	Aparece la misma con su familia en la sala informándoles de lo que vio en la tv	plano general de la sala	Música	Música de suspenso	Corte	5 segundos
5	Aparece la familia en su auto llegando al Paradero turístico gastronómico san Javier	plano general del auto y el letrero del paradero	Música	Música sonidos de naturaleza	Fundimiento	8 segundos
6	Aparecen la instalaciones del paradero	Paneo de las instalaciones del paradero	Locutor dice: ven y visita el paradero turístico gastronómico san Javier	Música sonidos de naturaleza	Corte	3 segundos
7	Aparece la familia registrándose	plano general de la recepción	Locutor dice: en donde podrás realizar	Música sonidos de naturaleza	Corte	3 segundos
8	Aparece la señorita	Plano medio de la señorita	Locutor dice: paseos a caballo	Música sonidos de naturaleza	Corte	3 segundos

	paseando a caballo	montando a caballo				
9	Aparece la señorita realizando pesca deportiva	Plano general de la señorita pescando	Locutor dice: pesca deportiva	Música sonidos de naturaleza	Corte	3 segundos
10	Aparece la familia disfrutando de la piscina, el sauna, el turco y el hidromasaje	Toma aérea de la piscina con la familia	Locutor dice: disfruta de nuestra piscina, sauna, turco e hidromasaje	Música sonidos de naturaleza	Corte	3 segundos
11	Aparece la familia armando la carpa de camping	Toma general de la familia con la carpa	Locutor dice: acampa junto a tu familia	Música sonidos de naturaleza	Corte	3 segundos
12	Aparece la familia dando un mensaje	Toma general de la familia	Familia dice: ven a disfrutar del paradero turístico gastronómico san Javier	Música sonidos de naturaleza	Corte	5 segundos
13	Aparece le logotipo de la empresa y los contactos	Primer plano del logotipo	Locutor dice: encuétranos en Facebook y visita nuestra página web www.paraderoturistico-gastronomicosanjavier.com	Música sonidos de naturaleza	Fundimiento	5 segundos

Elaborado por: Andrea Zavala

Página web

Grafico 26 Pagina web

wix.com/html/editor/web/renderer/edit/7689057f-d7ce-42e5-af85-8070be386d85?metaSiteId=e36c2feb-7153-4559-8b08-bab72a871314&e



Elaborado por: Andrea Zavala

Página de Facebook

Grafico 27 Página de Facebook



Elaborado por: Andrea Zavala

v. Estrategias de mercado

La promoción consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar la marca del establecimiento, así como persuadir, motivar o inducir a su visita.

Las estrategias que se emplean están relacionadas a la promoción que se detalla a continuación:

Para el producto.

Incluir nuevas características al producto.

Incluir servicios adicionales que le brinden al cliente un mayor disfrute del producto.

Para el precio

Lanzar al mercado un producto con un precio accesible.

Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

Para la plaza de distribución

Ubicar nuestro servicio entre los mejores del mercado.

Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos.

Para la comunicación o promoción

Crear concursos o sorteos entre nuestros clientes.

Crear ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.

Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.

1. Costo de publicidad

Cuadro 76 Costo del plan publicitario

Descripción	Costo
Creación página web	\$ 50,00
Rotulación	\$ 400,00
Spots publicitarios	\$ 1,000
Total	\$ 1.450,00

Cuadro 77 Activos fijos del área de recepción (dólares)

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Sillas	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Escritorio	1	\$ 190,00	\$ 190,00
TOTAL			\$ 1.870,00

vi. Competencia.

En el mercado encontramos servicios similares, por tal motivo es necesario conocer el nivel de la competencia, quiénes son nuestros competidores y cuál es el producto que ofertan, tenemos que identificar el área geográfica que cubren y la principal ventaja que les ha permitido ganar mercado, de manera que se determinara con mayor facilidad, las estrategias de posicionamiento que deberá seguir nuestra empresa para desarrollarse en el mercado.

A continuación detallamos los productos que ofertan nuestros competidores:

Cuadro 78 Competencia

HOSTERIA LA PAMPA	
Ubicación	Sector Catequilla (Chambo)

Servicios ofertados	Alimentación: platos a la carta Entretenimiento: discoteca, bar, juegos mecánicos, alquiler de cuadrones, paseo a caballo, pesca deportiva y piscina
Precio	Entrada: 3 dólares Platos a la carta: 6 dólares Juegos mecánicos: 3 dólares Alquiler de cuadrones: 3 dólares (8 minutos) Paseo a caballo: 5 dólares (10 minutos) Pesca deportiva: 3 dólares la libra de trucha Piscina: 2 dólares
HOSTERIA EL TORIL	
Ubicación	Kilómetro 1 vía Riobamba -Baños
Servicios ofertados	Sala de entretenimiento Piscina cubierta Hospedaje Cafetería - Restaurante Canchas deportivas Áreas verdes
Precio	Piscina, sauna, turco, hidromasaje: 5 dólares adultos y 3 dólares niños. Hospedaje: 25 dólares por persona (acceso a todas las instalaciones). Restaurante: no es menú abierto (solo previo reservación).
HOSTERIA EL TROJE	
Ubicación	Km 5 por la vía Riobamba - Chambo
Servicios ofertados	Hospedaje Restaurante Piscina, sauna, turco e hidromasaje Áreas verdes Canchas deportivas

Precio	Hospedaje 65 a 120 por persona (incluye el ingreso a todas las instalaciones) Restaurante menú 10 dólares Piscina, sauna, turco e hidromasaje 5 dólares por persona
COMPLEJO BANCO CENTRAL	
Ubicación	Av Monseñor Leonidas Proaño y Zamora Chinchipe
Servicios ofertados	Piscina, sauna, turco e hidromasaje Canchas deportivas
Precio	Piscina, sauna, turco, hidromasaje y canchas deportivas 4 dólares por persona

d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

i. Determinación del talento humano

Para el correcto funcionamiento de paradero se contará con personal altamente calificado, con conocimientos bastos sobre los roles que van desempeñar, quienes estarán a cargo de hacer cumplir los estándares de calidad en el proceso de elaboración de los productos y del servicio para que estos no se vean afectados.

Nuestra empresa contara con el siguiente personal:

Gerente

Contador

Chef

Ayudante de cocina

Steward

Meseros

Guardia

Encargados de áreas de distracción y áreas húmedas

ii. Descripción de los puestos de trabajo

Gerente

Naturaleza: El Gerente debe planificar, dirigir y coordinar las actividades de producción y servicio de la empresa, diseñando planes a corto, medio y largo plazo.

Características: Este cargo permite gestionar los recursos disponibles, determinando los procedimientos y los niveles de calidad para garantizar un producto y servicio competitivo.

Funciones y responsabilidades.

Sus funciones son elaborar y dirigir los planes de producción y servicio, la política de compras y logística de materias primas.

Cooperar con la oferta del servicio de la empresa según las necesidades del cliente.

Planificar el servicio y la producción según las especificaciones de materiales, procesos, plazos, instalación, entre otros.

Coordinar y supervisar el diseño, construcción y montaje de las nuevas instalaciones productivas, así como vigilar el mantenimiento de las existentes.

Contador

Naturaleza: Selecciona, diseña y utiliza las técnicas y procedimientos apropiados para solucionar problemas contables, ajustándose a la normativa jurídica vigente y considerando su interrelación con los sistemas administrativos y con el contexto socio-económico en el que deben ser aplicados

Características: Dirige, coordina, actúa y participa en grupos de trabajo y asesora en relación con la preparación, revisión, análisis y proyección de estados contables y presupuestos en todo tipo de entes públicos y privados así como las tareas relacionadas con la función de control externo e interno en cuanto se requiere.

Funciones y Responsabilidades:

Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones, así como la actualización de los soportes adecuados para cada caso, a fin de llevar el control sobre las distintas partidas que constituyen el movimiento contable y que dan lugar a los balances y demás reportes financieros.

Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.

Chef.

Naturaleza: Son los encargados de elaborar el producto de acuerdo a las indicaciones del Gerente.

Características: En este puesto de trabajo se realizará la elaboración del producto, es decir los diferentes platos típicos de acuerdo a las especificaciones dadas.

Funciones y Responsabilidades: Ejecutar el proceso de elaboración de los platos típicos de manera responsable.

Ordena y presenta adecuadamente los platillos elaborados.

Alcanzar eficiencia y eficacia con los diferentes procesos que implica la elaboración de los platillos.

Elaborar los diferentes platos típicos.

Ayudante de cocina

Naturaleza: Los ayudantes de cocina ayudan a los chefs o cocineros en la preparación de alimentos sencillos. Además, deben mantener la cocina y todos los utensilios de cocina limpios y ordenados.

Características:

Resistencia para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados.

Desarrollar tareas sucias y repetitivas.

Una actitud flexible.

Habilidades para trabajar en equipo.

Una buena higiene personal.

Trabajar con rapidez y eficiencia.

Funciones y Responsabilidades:

Las funciones de un ayudante de cocina dependerán del tamaño de la cocina en la que trabajen. En una cocina pequeña con menos personal, podrían hacer

tareas como pulir la plata y la cristalería, y ayudar a descargar los alimentos y almacenarlos en un almacén. En una cocina grande, con más personal especializado, el asistente de cocina quizá solo debe dedicarse a preparar la comida.

Todos los ayudantes de cocina deben seguir de forma estricta los procedimientos de higiene, salud y seguridad. En general, llevan ropa de protección.

Steward

Naturaleza: Persona responsable de auxiliar a los cocineros y Chef a llevar a cabo sus funciones, estas corresponderán de acuerdo al área en la que se encuentre ubicado. Es responsable de las funciones que se especifican

Características:

Resistencia para estar de pie mucho rato y levantar o cargar objetos pesados.

Desarrollar tareas sucias y repetitivas.

Una actitud flexible.

Habilidades para trabajar en equipo.

Una buena higiene personal.

Trabajar con rapidez y eficiencia.

Funciones y Responsabilidades:

Responsable de la limpieza general de la cocina.

Responsable de la limpieza de loza y cochambre, así como de las áreas a su cargo.

Conoce las preparaciones de alimentos a fin de auxiliar al cocinero cuando sea necesario.

En caso de que se requiera prestará su ayuda en cocina en las actividades que se le encomienden.

Meseros.

Naturaleza: Son los encargados de servir los platos a los clientes y emitir las facturas del restaurante.

Características: Es el responsable de cuida el orden y la limpieza en general del restaurante. Atiende los pedidos de los clientes.

Funciones y Responsabilidades:

Son responsables de la atención oportuna del servicio de alimentación a los visitantes.

Toma las ordenes de los clientes del restaurante.

Servir los alimentos y bebidas en el restaurante.

Coloca la vajilla, cubertería y mantelería sobre las mesas del restaurante.

Controla el stock de manteles y servilletas en el restaurante.

Supervisa el trabajo de lavandería y pocillería.

Guardia

Naturaleza: Velar por la seguridad y tranquilidad del lugar y proteger tanto el área turística como a los visitantes

Características: Cuidar y brindar seguridad en el paradero turístico gastronómico. Poner orden en el comportamiento de los visitantes. Velar por la tranquilidad del lugar y proteger tanto el área turística como a los visitantes.

Funciones y Responsabilidades:

Vigilar y precautelar el orden en el paradero turístico gastronómico.

Proteger los bienes y enseres del paradero.

Custodiar los vehículos de los visitantes.

Indicar al público acerca de las normas de seguridad en las diferentes áreas.

Manifestar la información que los visitantes requieran.

Informar a su jefe inmediato de cualquier desperfecto o eventualidad sucedida en el paradero.

Realizar actividades designadas por el jefe inmediato superior.

Encargado del área húmeda

Naturaleza: Ejecuta labores de control y vigilancia.

Características: Garantizar la seguridad de los clientes del área húmeda. Cuidado y prolijidad en la elaboración del trabajo asignado sin el cometimiento de errores.

Funciones y Responsabilidades:

Realizar un control de inventario del equipo del área húmeda.

Realizar el control del buen estado de los equipos e instalaciones del área.

Controlar el buen comportamiento de los clientes.

Comunicar al público acerca de las normas de seguridad del área.

Controlar el aseo de las instalaciones del área.

Encargado del área de distracción

Naturaleza: Ejecuta labores de control y vigilancia.

Características: Garantizar la seguridad de los clientes del área de distracción. Cuidado y prolijidad en la elaboración del trabajo asignado sin el cometimiento de errores.

Funciones y Responsabilidades:

Realizar un control de inventario del equipo del área de distracción.

Realizar el control del buen estado de los equipos e instalaciones del área.

Controlar el buen comportamiento de los clientes.

Comunicar al público acerca de las normas de seguridad del área.

Controlar el aseo de las instalaciones del área.

iii. Perfil de los trabajadores.

Perfil del Gerente.

Título: Administrador de empresas o Administrador de empresas turísticas y hoteleras

Experiencia: Mínimo 2 años en puestos similares.

Edad: De 27 a 45 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Estado Civil: Indistinto.

Disponibilidad de Horario: martes a sábado.

Horario de trabajo: De 8:00 de la mañana a 18:00 de la tarde.

Perfil del Contador.

Título: Ingeniero en Contabilidad.

Experiencia: Mínimo 2 años en puestos similares.

Edad: De 27 a 45 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Estado Civil: Indistinto.

Disponibilidad de Horario: martes a viernes.

Perfil de Chefs.

Título: Nivel Superior o técnico en gastronomía

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Edad: De 20 a 40 años.

Sexo: Masculino o femenino

Estado civil: indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche.

Perfil del Ayudante de cocina.

Título: Nivel Superior o técnico en gastronomía.

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Edad: De 20 a 40 años.

Sexo: Masculino o femenino

Estado civil: indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche

Perfil del steward.

Título: Bachiller

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Edad: De 20 a 40 años.

Sexo: Masculino o femenino

Estado civil: indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche

Perfil de Meseros.

Título: Bachiller

Experiencia: Mínimo 1 año en puestos similares.

Edad: De 18 a 45 años.

Sexo: Masculino o femenino

Estado civil: Indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche

Perfil del Guardia de seguridad.

Título: Bachiller

Experiencia: Mínimo 6 meses en puestos similares.

Edad: De 20 a 35 años.

Sexo: Masculino

Estado civil: Indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 21:00 de la noche

Perfil del encargado del área húmeda.

Título: Bachiller

Experiencia: Mínimo 6 meses en puestos similares.

Edad: De 20 a 45 años.

Sexo: Masculino o femenino

Estado civil: Indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche

Perfil del encargado del área de distracción.

Título: Bachiller

Experiencia: Mínimo 6 meses en puestos similares.

Edad: De 20 a 45 años.

Sexo: Masculino o femenino

Estado civil: Indistinto

Disponibilidad de horario: martes a domingo.

Horario de trabajo: De 08:00 de la mañana a 20:00 de la noche

iv. Costes salariales

Los sueldos salariales se establecieron de acuerdo a la nueva tabla de remuneraciones estipulado por el ministerio de relaciones laborales el mismo que se detalla a continuación:

Cuadro 79 Costos salariales mano de obra directa (dólares)

Cargo	N°	Sueldo mensual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Total a recibir al año
Chef	2	900,00	708,00	900,00	12,408.00
Ayudante de cocina	1	400,00	354,00	400,00	5,554.00
Stewart	1	400,00	354,00	400,00	5,554.00
Mesero	2	900,00	708,00	900,00	12,408.00

Cuadro 80 Costos salariales mano de obra indirecta (dólares)

Cargo	N°	Sueldo mensual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Total a recibir al año
Gerente	1	600.00	354,00	600,00	8.154,00

Encargado de área húmeda	1	354.00	354,00	354,00	4.956,00
Encargado de área de distracción	2	708.00	708,00	708,00	9.912,00
Guardia	1	400.00	354,00	400,00	5.554,00

Cuadro 81 Servicios profesionales del contador (dólares)

Cargo	Horas mensuales	Valor por hora	Valor mensual	Valor anual
Contador	10	\$ 10	\$100,00	\$ 1.200,00

v. Organización de la empresa

La organización de nuestra empresa está formada por elementos indispensables para el buen funcionamiento de la misma.

Misión

Ser una empresa competitiva en el mercado, satisfaciendo las necesidades de nuestra clientela dando a conocer los servicios y productos a ofertarse.

Conformando un equipo humano capaz, con principios éticos, comprometidos con la empresa y orientados al servicio de sus clientes.

Visión

Consolidarnos como líderes en el área es nuestra prioridad, utilizando las habilidades y destrezas adquiridas de la mejor manera y aprovechando los productos propios, para contribuir al desarrollo de la ciudad creando productos y servicios que sean reconocidos por su calidad, innovación y precio justo.

Objetivos

- Ofrecer productos y servicios de calidad para que el cliente no tenga la necesidad de salir a otra parte.

- Elaborar un producto o servicio que capte la atención de los posibles consumidores.
- Producir un producto de alta calidad, con un buen sabor y a un costo bajo con el propósito de establecernos en el mercado.

Trabajo en equipo

Trabajamos uniendo talento y esfuerzo encaminados al cumplimiento de los objetivos en común. Escuchamos a los demás y aceptamos con tolerancia sus percepciones. Colaboramos a las demás personas con las que trabajamos con amabilidad, respeto y cordialidad.

Creatividad

Priorizamos nuestro trabajo y aportamos soluciones innovadoras para mejorar las actividades de la empresa. Buscamos siempre nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

Adaptabilidad

Es la reacción positiva ante los cambios o a la participación para emprender de nuevos proyectos. Estamos conscientes del aprendizaje continuo en nuestras actividades diarias y nos capacitamos para actualizarnos.

Liderazgo

Somos motivadores de las personas con las que trabajamos, poseemos la capacidad de dar a conocer los objetivos y las metas fijadas involucrando los esfuerzos del grupo hacia su cumplimiento.

Compromiso

Poseemos sentido de pertenencia con la empresa en el logro de sus objetivos, nos manejamos con ética, responsabilidad, honestidad y disciplina. Realizamos el trabajo bien desde el principio, buscamos soluciones efectivas y ponemos amor y alegría a todo lo que hacemos.

vi. Programa operativo

A continuación se detalla el programa operativo:

Convocatoria.- se expondrá parámetros que se deberán cumplir en cada uno de los puestos y cada uno de los aspirantes.

Recolección de solicitudes de empleo.- recolectar las hojas de vida de los aspirantes para los diferentes puestos.

Primera selección.- de acuerdo a los parámetros evaluativos se selecciona la primera fase de los aspirantes a los puestos de trabajo.

Evaluación práctica y teórica.

Segunda selección.- de acuerdo a los puntajes obtenidos en las evaluaciones hechas para cada puesto de trabajo.

Entrevista de trabajo.- realiza el dueño de la empresa.

Inducción general.- presentar al nuevo personal de la empresa para que conozca su trabajo.

Inducción específica.- procede a familiarizar al nuevo personal con las funciones que deberá realizar.

vii. Organigrama empresarial

El organigrama del Paradero Turístico Gastronómico San Javier se detalla a continuación:

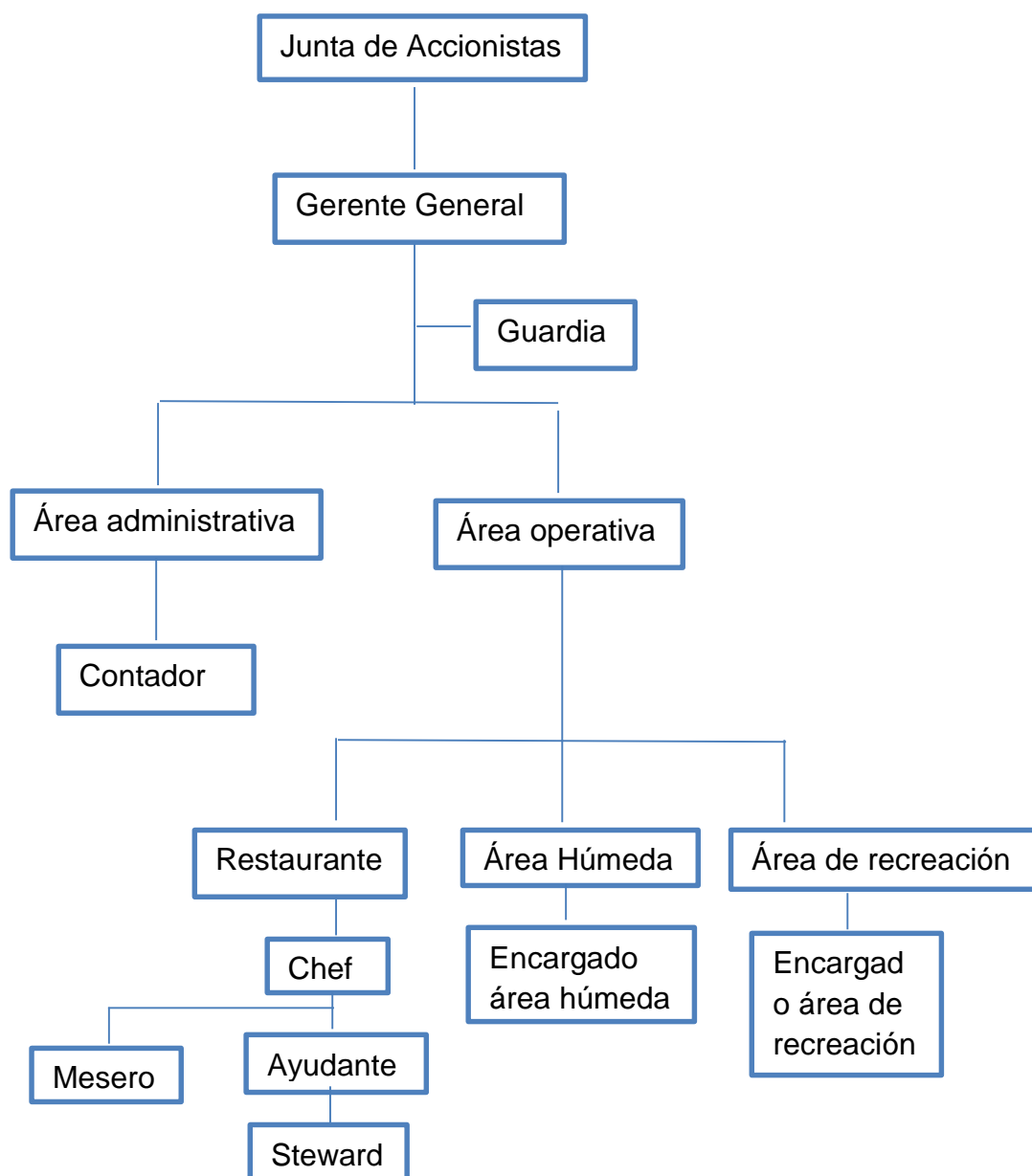


Grafico 28 Organigrama estructural Elaborado por: Andrea Zavala

viii. Selección y contratación del talento humano.

La selección de personal es la comparación entre las cualidades que tiene cada candidato con las exigencias del cargo a desempeñar, y es una selección entre los candidatos comparados; para entonces, se hace necesaria la aplicación de técnicas de elección de personal.

1. Etapas del proceso de selección de personal.

- 1.- Cubrir una posición y decisión de hacerlo.
- 2.- Solicitud de empleo o solicitud de personal
- 3.- Revisión del descriptivo del puesto.
- 4.- Recolección de información sobre el perfil del puesto.
- 5.- Análisis de personal que integra la organización
- 6.- Decisión sobre realizar búsqueda interna o no.
- 7.- Definir fuentes de reclutamiento externo.
- 8.- Recepción de candidaturas o postulaciones.
- 9.- Entrevistas.
- 10.- Evaluaciones psicológicas.
- 11.- Formación de candidaturas.
- 12.- Elaboración de informes de finalistas.
- 13.- Presentación del finalista al cliente interno.

14.- Negociación de la oferta de empleo.

15.- Presentación de la oferta por escrito.

16.- Proceso de admisión.

17.- Inducción.

Cuadro 82 Gastos de selección de personal

Medio	Frecuencia	Costo Mensual	Costo Anual
Prensa escrita	Dos anuncios semanales en clasificados, descripción básica del cargo	\$ 50,00	\$600,00
Llamadas	Dos veces a la semana	\$ 10,00	\$120,00
Anuncio en la puerta de la Empresa	Hojas con la descripción del cargo requerido	\$ 12,00	\$144,00
Internet	Mantenimiento de la página web	\$ 10,00	\$120,00
TOTAL		\$ 82,00	\$984,00

e. ASPECTOS ECONOMICOS – FINANCIEROS.

i. Objetivos empresariales.

1. Corto plazo.

Alcanzar los ingresos por ventas en un porcentaje del 5% al año siguiente siendo el valor de ingreso del primer año de \$ 156.811,20 y del segundo año de \$ 161.232,65, reduciendo costos de producción y gastos operacionales.

Incrementar la compra de materia prima con un porcentaje del 5%.

2. Mediano plazo.

Mejorar y mantener los ingresos del personal de acuerdo a la inflación anual, e incrementar el margen de utilidad de la empresa al 5% en el tercer y cuarto año.

3. Largo plazo.

Ampliar el margen de utilidades netas del establecimiento con un margen de incremento del 31% al quinto año, el mismo que permita la estabilidad económica del establecimiento.

Cancelación del préstamo financiero en el lapso de cinco años.

II. Estructura de balance.

1. Activos fijos.

Son los bienes tangibles que se utilizan en el proceso y que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto.

Cuadro 83 Activos fijos

Activos Fijos		
ACTIVOS ÁREA ADMINISTRACIÓN		
Muebles de oficina		\$ 400,00
Escritorio	190,00	
Archivador	30,00	
Silla escritorio giratoria	180,00	
Equipos De Computación		\$1.900,00
Computadora HP	1,500.00	
Impresora EPSON	200,00	
Escáner EPSON	200,00	
Total Activos Fijos Área Administrativa		\$ 2.300,00
ACTIVOS ÁREA PRODUCCIÓN		
Maquinaria y equipo	\$ 5.185,00	
Total Activos Fijos Área Producción		\$ 5.185,00
ACTIVOS ÁREA VENTAS Y SERVICIO		
Muebles y Enseres	\$2.200,00	
Total Activos Fijos Área Ventas y Servicio		\$ 2.200,00
OTROS ACTIVOS		
Construcciones en proceso		
Construcción piscina de truchas	\$5.000,00	
Construcción de piscina	\$25.000,00	
Semovientes		
Caballo	\$ 2.000,00	
Total Otros Activos		\$32.000,00
Total Activos Fijos		\$ 43.985,00

ÁREA ADMINISTRATIVA

Cuadro 84 Muebles de oficina

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Escritorio	1	190.00	190.00
Archivador	1	30.00	30.00
Silla giratoria	1	180.00	180.00

TOTAL			\$400.00
--------------	--	--	-----------------

Cuadro 85 Equipo de cómputo

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Computador HP	1	1500.00	1500.00
Impresora Epson	1	200.00	200.00
Escáner Epson	1	200.00	200.00
TOTAL			\$1,900.00

ÁREA DE PRODUCCIÓN

Cuadro 86 Maquinaria y Equipo (dólares)

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Cocina industrial	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Horno	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Mesa de acero	1	\$ 290,00	\$ 290,00
Congelador	1	\$ 775,00	\$ 775,00
Refrigerador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Parrilla	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Tanque de gas	2	\$85,00	\$ 170,00
Estantes	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL			\$ 5,185.00

ÁREA DE VENTAS Y SERVICIO

Cuadro 87 Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mesas	10	\$ 90,00	\$ 900,00
Sillas	400	\$ 20,00	\$ 800,00
Caja registradora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL			\$ 2,200.00

MATERIA PRIMA DIRECTA

Cuadro 88 Consolidado de Materia Prima

Productos	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Carne de choncho	2.500 g	2,70	14,75
Sal	285 gr	0,43	0,28
Ajo	260 gr	0,50	1,30
Pimienta	130 gr	0,80	2,54

Comino	165 gr	0,65	2,10
Achiote	265 cc	1,81	1,06
Orégano	125 gr	0,62	1,98
Manteca de chanco	130 gr	1,00	0,26
Tomate riñón	1.240 gr	0,50	1,25
Cebolla paitaña	630 gr	1,00	1,28
Maní	500 gr	1,50	1,70
Leche	1.450 ml	0,90	1,45
Cuy	5 und	5,00	25,00
Papas	3.816 gr	1,25	2,39
Cebolla blanca	410 gr	1,00	1,30
Lechuga	600 gr	1,00	3,00
Cilantro	255 gr	0,56	1,53
Mote	1.500 g	2,00	6,61
Mantequilla	50 gr	4,90	0,25
Huevos	20 und	2,15	3,59
Queso	500 gr	2,95	2,96
Chorizo	10 und	5,00	2,50
Limón	29 und	0,80	1,16
Chicharrón	300 gr	3,00	1,98
Plátanos verdes	1.500 g	1,00	1,50
Camarón	5.000 gr	5,00	25,00
Mostaza	30 gr	1,83	0,15
Salsa de tomate	30 gr	2,15	0,15
Aceite	240 cc	2,75	0,70
Lenteja	500	0,85	0,85
Arroz	1.800 gr	0,50	1,98
Carne de res	700 gr	4,00	6,17
Coco	1.000 g	1,50	1,50
Pimientos	190 g	0,50	0,50
Vinagre	50 cc	1,00	0,30
TOTAL			121,02

MATERIA PRIMA INDIRECTA

Cuadro 89 Menaje y Vajilla

DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Platos tendido base	40	1.00	40.00
Sartén 28 cm	2	50.00	100.00

Set de cuchillos 6 pcs	1	100.00	100.00
Jarras para agua	6	8.00	48.00
Vasos grandes	40	0.50	20.00
Porta hielo	6	2.00	12.00
Cuchillos de mesa	40	0.50	20.00
Tenedores	40	1.30	52.00
Set de bandejas 4 pcs	1	10.00	10.00
Juego de ajiceros 6 pcs	1	6.00	6.00
Pimenteros	6	0.25	1.50
Saleros	6	0.25	1.50
Floreros	6	5.00	30.00
Manteles	6	15.00	90.00
Cubre manteles	6	5.00	30.00
TOTAL			\$ 561,00

ROL DE PAGOS

Mano de obra directa

Cuadro 90 Costos salariales mano de obra directa (dólares)

Cargo	N°	Sueldo mensual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Total a recibir al año
Chef	2	900,00	708,00	900,00	12,408.00
Ayudante de cocina	1	400,00	354,00	400,00	5,554.00
Stewart	1	400,00	354,00	400,00	5,554.00
Mesero	2	900,00	708,00	900,00	12,408.00

Mano de obra indirecta

Cuadro 91 Costos salariales mano de obra indirecta (dólares)

Cargo	N°	Sueldo mensual	Decimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Total a recibir al año
Gerente	1	600.00	354,00	600,00	8.154,00

Encargado de área húmeda	1	354.00	354,00	354,00	4.956,00
Encargado de área de distracción	2	708.00	708,00	708,00	9.912,00
Guardia	1	400.00	354,00	400,00	5.554,00

Cuadro 92 Servicios profesionales del contador

Cargo	Horas mensuales	Valor por hora	Valor mensual	Valor anual
Contador	10	\$ 10	\$100,00	\$ 1.200,00

DEPRECIACIONES

Cuadro 93 Depreciaciones

Activo fijo	Valor	Porcentaje	Valor de salvamento	Años	Depreciación anual
Área administrativa					
Muebles de oficina	400,00	10%	40	10	36,00
Equipo de computo	1.900,00	33.33%	633,27	3	424,33
Área de producción					
Maquinaria y equipo	5.100,00	10%	510,00	10	459,00
Área de ventas					
Muebles y enseres	2.200,00	10%	220,00	10	198,00
Semoviente	2.000,00	33.33%	666,60	3	446,67
TOTAL	11.600,00		2.069,87		1.564,00

AMORTIZACIÓN

Cuadro 94 Amortización

Detalle	Valor	Valor de amortización
Gasto Constitución	\$2. 267,00	\$ 453,40
Gastos de organización	\$ 354,00	\$ 70,80

Gastos de investigación y desarrollo	\$ 984,00	\$ 196,80
Gastos de instalación	\$ 510,00	\$ 102,00
TOTAL	\$ 4.115,00	\$823,00

2. Activos Diferidos

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro 95 Gastos de constitución

Detalle	Valor total
Apertura de cuenta e integración de capital	50,00
Escritura pública de la empresa	300,00
Aprobación de la escritura de constitución	80,00
Resolución de aprobación de las escrituras	40,00
Inscripción de las escrituras en el Registro Mercantil	450,00
Elaboración de los nombramientos de la directiva de la empresa	270,46
Inscripción de los nombramientos de la directiva de la empresa	60,00
Reingreso de los documentos a la superintendencia de compañías	30,00
Obtención del RUC	100,00
Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la compañía.	100,00
Impresión de facturas	200,00
Notario público	286,54
Asesor jurídico	300,00

TOTAL	\$2, 267.00
--------------	--------------------

Cuadro 96 Gastos de organización

DETALLE	V.TOTAL
Organizador	\$ 354,00
TOTAL	\$ 354,00

Cuadro 97 Gastos de instalación

DETALLE	V.TOTAL
Remodelación	\$ 450,00
Adecuaciones	\$ 60,00
TOTAL	\$ 510,00

Investigación y desarrollo

Cuadro 98 Investigación y desarrollo

DETALLE	Valor total
Diseño de la marca	600,00
Pruebas y encuestas	384,00
TOTAL	984,00

3. Capital de trabajo.

Son los costos de producción: fijos y variables, además de los gastos: administrativos, ventas y financieros, necesarios para el desarrollo del proceso de producción del bien y del servicio, pero que se realizan antes de realizar las operaciones normales del proyecto.

Cuadro 99 Capital de Trabajo (dólares)

Detalle	Cantidad	Mensual
Materia Prima Directa		\$ 121,02
Mano de obra directa	4	\$ 2.600,00

Costos indirectos de fabricación		\$613,07
Materia Prima Indirecta		\$ 561,00
Mano de obra indirecta	4	\$ 2.162,00
Servicios Básicos		\$ 270,00
Depreciaciones		\$1.564,00
Amortización		\$ 751,40
Total		\$8. 642,49

4. Inversión Inicial.

Las inversiones constituyen todos los activos que se tendrían que adquirir para iniciar un proyecto. La inversión del presente proyecto asciende a **\$56.388,49** dólares.

Cuadro 100 Inversiones (dólares)

CONCEPTO	VALOR
Activo fijo	\$ 43.985,00
Activo diferido	\$ 3.761,00
Capital de Trabajo	\$ 8.642,49
TOTAL	\$ 56.388,49

5. Fuentes de financiamiento.

Existen principalmente dos tipos de fuentes de financiamiento, estos son el capital propio, los préstamos y los aportes de terceros, dentro de la cual se busca adoptar la mejor alternativa para el proyecto.

Cuadro 101 Fuentes y Usos (dólares)

Detalle	Valor	Capital Propio	%	Préstamo	%
Activos Corrientes	\$ 43.985,00	\$ 5.000,00		\$ 51.388,49	
Activos Fijo Diferido	\$ 3.761,00				
Capital de Trabajo	\$ 8.733,52				

Total	\$ 56.388,49	\$ 5.000,00	9	\$ 51.388,49	91
--------------	---------------------	--------------------	----------	---------------------	-----------

6. Crédito bancario

El monto de financiamiento \$ 51.388,49 será cubierto por un préstamo bancario solicitado a una Institución Financiera local a una tasa de interés fijada del 18%, la garantía solicitada por la Institución Financiera es quirografaria sobre las firmas de los accionistas y el plazo es de cinco años con pagos y capitalización de los intereses mensuales. De esta forma el resumen de los gastos financieros están desagregados de la siguiente forma

TABLA DE AMORTIZACION			
BENEFICIARIO	Paradero Turístico		
INSTIT. FINANCIERA	Gastronómico San		
	Javier		
MONTO EN USD	51.388,49		
TASA DE INTERES	18%	T. EFECTIVA	18%
PLAZO	5 años		
GRACIA	0 años		
FECHA DE INICIO	13/07/2015		
MONEDA	DOLARES		
AMORTIZACION CADA	30 días		
Número de períodos	60	para amortizar capital	

# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Pago mensual	Saldo
1	\$770,83	\$534,10	\$1.304,93	\$50.854,39
2	\$762,82	\$542,11	\$1.304,93	\$50.312,27
3	\$754,68	\$550,25	\$1.304,93	\$49.762,03
4	\$746,43	\$558,50	\$1.304,93	\$49.203,53
5	\$738,05	\$566,88	\$1.304,93	\$48.636,65
6	\$729,55	\$575,38	\$1.304,93	\$48.061,27
7	\$720,92	\$584,01	\$1.304,93	\$47.477,26
8	\$712,16	\$592,77	\$1.304,93	\$46.884,49
9	\$703,27	\$601,66	\$1.304,93	\$46.282,83
10	\$694,24	\$610,69	\$1.304,93	\$45.672,14
11	\$685,08	\$619,85	\$1.304,93	\$45.052,29
12	\$675,78	\$629,15	\$1.304,93	\$44.423,15
13	\$666,35	\$638,58	\$1.304,93	\$43.784,56

# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Pago mensual	Saldo
14	\$656,77	\$648,16	\$1.304,93	\$43.136,40
15	\$647,05	\$657,88	\$1.304,93	\$42.478,52
16	\$637,18	\$667,75	\$1.304,93	\$41.810,77
17	\$627,16	\$677,77	\$1.304,93	\$41.133,00
18	\$616,99	\$687,93	\$1.304,93	\$40.445,06
19	\$606,68	\$698,25	\$1.304,93	\$39.746,81
20	\$596,20	\$708,73	\$1.304,93	\$39.038,08
21	\$585,57	\$719,36	\$1.304,93	\$38.318,72
22	\$574,78	\$730,15	\$1.304,93	\$37.588,57
23	\$563,83	\$741,10	\$1.304,93	\$36.847,47
24	\$552,71	\$752,22	\$1.304,93	\$36.095,25
25	\$541,43	\$763,50	\$1.304,93	\$35.331,75
26	\$529,98	\$774,95	\$1.304,93	\$34.556,80
27	\$518,35	\$786,58	\$1.304,93	\$33.770,22
28	\$506,55	\$798,38	\$1.304,93	\$32.971,84
29	\$494,58	\$810,35	\$1.304,93	\$32.161,49
30	\$482,42	\$822,51	\$1.304,93	\$31.338,98
31	\$470,08	\$834,85	\$1.304,93	\$30.504,14
32	\$457,56	\$847,37	\$1.304,93	\$29.656,77
33	\$444,85	\$860,08	\$1.304,93	\$28.796,69
34	\$431,95	\$872,98	\$1.304,93	\$27.923,71
35	\$418,86	\$886,07	\$1.304,93	\$27.037,64
36	\$405,56	\$899,37	\$1.304,93	\$26.138,27
37	\$392,07	\$912,86	\$1.304,93	\$25.225,42
38	\$378,38	\$926,55	\$1.304,93	\$24.298,87
39	\$364,48	\$940,45	\$1.304,93	\$23.358,42
40	\$350,38	\$954,55	\$1.304,93	\$22.403,87
41	\$336,06	\$968,87	\$1.304,93	\$21.435,00
42	\$321,52	\$983,40	\$1.304,93	\$20.451,59
43	\$306,77	\$998,16	\$1.304,93	\$19.453,44
44	\$291,80	\$1.013,13	\$1.304,93	\$18.440,31
45	\$276,60	\$1.028,33	\$1.304,93	\$17.411,98
46	\$261,18	\$1.043,75	\$1.304,93	\$16.368,23
47	\$245,52	\$1.059,41	\$1.304,93	\$15.308,83
48	\$229,63	\$1.075,30	\$1.304,93	\$14.233,53
49	\$213,50	\$1.091,43	\$1.304,93	\$13.142,10
50	\$197,13	\$1.107,80	\$1.304,93	\$12.034,30
51	\$180,51	\$1.124,42	\$1.304,93	\$10.909,89
52	\$163,65	\$1.141,28	\$1.304,93	\$9.768,61
53	\$146,53	\$1.158,40	\$1.304,93	\$8.610,21
54	\$129,15	\$1.175,78	\$1.304,93	\$7.434,43

# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Pago mensual	Saldo
55	\$111,52	\$1.193,41	\$1.304,93	\$6.241,02
56	\$93,62	\$1.211,31	\$1.304,93	\$5.029,70
57	\$75,45	\$1.229,48	\$1.304,93	\$3.800,22
58	\$57,00	\$1.247,93	\$1.304,93	\$2.552,29
59	\$38,28	\$1.266,65	\$1.304,93	\$1.285,65
60	\$19,28	\$1.285,65	\$1.304,93	\$0,00

7. Presupuesto de Ingresos

Son entradas de dinero generadas por las ventas de un producto o servicio.

Cuadro 102 Ventas (dólares)

Productos	Precio Unitario	Precio Total Mensual	Precio Total Anual
Hornado	\$ 3,35	\$1.742,00	\$20.904,00
Cuy asado	\$ 4,77	\$2.480,40	\$29.764,80
Mote pillo	\$ 1,67	\$868,40	\$10.420,80
Llapingachos	\$ 1,68	\$873,60	\$10.483,20
Bolón de verde	\$ 0,80	\$416,00	\$4.992,00
Ceviche de camarón	\$ 2,81	\$1.461,20	\$17.534,40
Arroz con menestra y carne asada	\$ 1,80	\$936,00	\$11.232,00
Arroz con camarón	\$ 2,25	\$1.170,00	\$14.040,00
Otros			
Paseo a caballo	\$4,00	\$1.040,00	\$ 12.480,00
Pesca deportiva	\$4,00	\$ 520,00	\$6.240,00
Piscina	\$4,00	\$1.560,00	\$ 18.720,00
Total		\$ 13.627,60	\$ 156.811,20

Formula:

$$I = (1+i)^n \cdot Vta.$$

La proyección de ingresos anuales se realizara con la formula especificada anteriormente, donde:

i= Tasa del crecimiento poblacional.

n= Números de años de proyección.

Vta.= Total ventas.

Cuadro 103 Proyección de Ingresos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESO POR VTAS	\$156.811,20	\$161.232,65	\$168.099,67	\$177.712,79	\$190.505,91

8. Presupuesto de Egresos

Costos de Producción

Los costos de producción son aquellos desembolsos de dinero que se emplean en el proceso de elaboración o transformación de un bien y/o servicio.

Para la realización de este proyecto, los costos de producción están determinados principalmente por el valor de los diferentes rubros que se utiliza en el proceso de producción.

Cuadro 104 Costo de producción

Detalle	Anual
Materia Prima Directa	\$ 1.452,24
Mano de obra directa	\$35.924,00
Costos indirectos de fabricación	\$ 7,356.84
Total	\$44,773.08

9. Gastos Administrativos

Constituye todos los costos necesarios provenientes de la acción de administrar. Esta acción de la empresa, se hace presente a través de los denominados Gastos de Administración. Éstos son de naturaleza fija pues no varían con el aumento o disminución del nivel de producción.

Cuadro 105 Gastos de Administrativos (dólares)

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Mensual	V. ANUAL
Sueldos y Salarios				\$ 21.696,00

Gerente	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$7.200,00
Contador	1	\$100,00	\$100,00	\$1.200,00
Encargado del área húmeda	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$4.248,00
Encargado del área de distracción	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$4.248,00
Guardia	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$4.800,00
Útiles de Oficina				\$ 1.466,00
Caja de esferos	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$60,00
Grapadora	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$120,00
Perforadora	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$60,00
Calculadora	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$240,00
Caja de papel bond	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$240,00
Carpeta archivadora	5	\$ 9,00	\$45,00	\$540,00
Cuadernos universitarios	2	\$ 5,60	\$ 11,20	\$134,00
Caja de lápices	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$72,00
Útiles de aseo				\$1.572,00
Escobas	4	\$2,00	\$8,00	\$96,00
Trapeadores	4	\$2,00	\$8,00	\$96,00
Recogedor	3	\$1,50	\$4,50	\$54,00
Desinfectante	12	\$1,00	\$12,00	\$144,00
Jabón liquido	6	\$1,25	\$7,50	\$90,00
Cloro	2	\$1,00	\$2,00	\$24,00
Toallas	3	\$5,00	\$15,00	\$180,00
Papel higiénico(12 rollos)	24	\$0,20	\$4,80	\$57,60
Ambiental	4	\$0,80	\$3,20	\$38,40
Esponjas lavavajillas	12	\$0,50	\$6,00	\$72,00
Fundas para basura (10 u)	24	\$1,00	\$24,00	\$288,00
Servilletas (300 u)	12	\$3,00	\$36,00	\$432,00
Servicios Básicos				\$ 3.240,00
Luz		\$ 90,00	\$ 90,00	\$1.080,00
Agua		\$ 100,00	\$ 100,00	\$1.200,00
Teléfono		\$ 50,00	\$ 50,00	\$600,00
Internet		\$ 30,00	\$ 30,00	\$360,00
Total				\$28.004,00

10. Gastos de Ventas.

Son los gastos de ventas en los que tiene el Paradero Turístico Gastronómico San Javier para promocionar sus productos y principalmente darse a conocer en su mercado.

Cuadro 106 Gasto de Ventas (dólares)

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Rotulación	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Publicidad	1	\$ 2,034.00	\$ 2,034,00
Total			\$ 2.434,00

11. Gastos Financieros.

Está determinado por los intereses que se deben pagar por concepto del préstamo obtenido para la adquisición de la inversión.

Cuadro 107 Gastos Financieros (dólares)

Detalle	Valor
Año 1	\$ 8.693,81
Año 2	\$ 7.331,27
Año 3	\$ 5.702,17
Año 4	\$ 3.754,39
Año 5	\$ 1.425,62
Total	\$ 26.907,26

12. Balance general.

Con la información obtenida se construye el balance inicial, que refleja el estado contable de los activos, pasivos y patrimonio con los que se construye el proyecto.

Cuadro 108 Estado de Situación inicial (dólares)

ACTIVOS		PASIVO	
Caja	\$ 0,00		
Bancos	\$ 8.733,52	Préstamo a largo plazo	\$ 51.388,49
Muebles y enseres	\$ 2.200,00	TOTAL PASIVO	\$ 51.388,49
Equipo de computo	\$ 1.900,00	PATRIMONIO	

Maquinaria y equipo	\$ 5.185,00	Capital	\$ 5.000,00
Activo Diferido		TOTAL PATRIMONIO	\$ 5.000,00
Gastos de Amortización	\$ 822,00		
OTROS ACTIVOS	\$ 32.000		
TOTAL ACTIVO	\$ 50.840,52	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 56.388,49

13. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de ganancia y perdidas es un informe sobre los resultados obtenidos durante un periodo determinado sea utilidad o perdida, lo cual indica la cantidad de todos los flujos que entran y salen de la empresa.

Cuadro 109 Estado de Pérdidas y Ganancias (dólares).

Detalle	Año				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 156.811,20	\$ 161.232,65	\$ 168.099,67	\$ 177.712,79	\$ 190.505,91
(-)Costo de producción	\$ 44,773.08	\$ 47,011.73	\$ 49,362.32	\$ 51,830.44	\$ 54,421.96
Utilidad Bruta en Ventas	\$ 112.038,12	\$ 114.220,92	\$ 118.737,35	\$ 125.882,35	\$ 136.083,95
(-) Gastos Administrativos	\$ 28.004,00	\$ 29.404,20	\$ 30.874,41	\$ 32.418,13	\$ 34.039,04
(-) Gastos de Ventas	\$ 2.434,00	\$ 2.555,70	\$ 2.683,49	\$ 2.817,66	\$ 2.958,54
(-) Gasto Financiero	\$ 8.693,81	\$ 7.331,27	\$ 5.702,17	\$ 3.754,39	\$ 1.425,62
(=) Utilidad antes Imp. Y Trab.	\$ 72.906,31	\$ 74.929,75	\$ 79.477,28	\$ 86.892,17	\$ 97.660,75
-15% Participación de Trab.	\$ 10.935,95	\$ 11.239,46	\$ 11.921,59	\$ 13.033,83	\$ 14.649,11
(=) Utilidad antes Imp.	\$ 61.970,36	\$ 63.690,29	\$ 67.555,69	\$ 73.858,34	\$ 83.011,64
22% del I.R	\$ 13.633,48	\$ 14.011,86	\$ 14.862,25	\$ 16.248,83	\$ 18.262,56
Utilidad Neta	\$ 48.336,88	\$ 49.678,43	\$ 52.693,34	\$ 57.609,51	\$ 64.749,08

14. Ratios financieros.

Cuadro 110 Flujo de caja

Años	Utilidad neta	Depreciación	Amortización	15% participación trabajadores	22% del I.R	Capital préstamo	Valor de salvamento	Flujo neto de efectivo
0	-56.388,49							
1	48.336,88	1.564,00	823,00	10.935,95	13.633,48	10.277,70		65.015,61
2	49.678,43	1.564,00	823,00	11.239,49	14.011,86	10.277,70		67.039,08
3	52.693,34	1.564,00	823,00	11.921,59	14.862,25	10.277,70		71.586,48
4	57.609,51	1.564,00	823,00	13.033,83	16.248,83	10.277,70		79.001,47
5	64.749,08	1.564,00	823,00	14.649,11	18.262,56	10.277,70	2.069,87	91.839,92

Fuente: Cuadro N° 102 estado de P y G, Cuadro N° 98 depreciación, Cuadro N° 99 amortización.

Realizado por: Andrea Zavala

Evaluación del proyecto

VALOR ACTUAL NETO 1

$$\text{VAN 1} = \text{Inversión} + \left(\frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5} \right)$$

$$\text{VAN 1} = -56.388,49 + \left(\frac{65.015,49}{(1+0,0817)^1} + \frac{67.039,08}{(1+0,0817)^2} + \frac{71.586,48}{(1+0,0817)^3} + \frac{79.001,47}{(1+0,0817)^4} + \frac{91.839,92}{(1+0,0817)^5} \right)$$

$$\text{VAN 1} = -56.388,49 + \left(\frac{65.015,49}{1,0817} + \frac{67.039,08}{1,1701} + \frac{71.586,48}{1,2657} + \frac{79.001,47}{1,3691} + \frac{91.839,92}{1,4809} \right)$$

$$\text{VAN 1} = -56.388,49 + (60.104,92 + 57.293,46 + 56.558,81 + 57.703,21 + 62.016,29)$$

$$\text{VAN 1} = -56.388,49 + 293.676,69$$

$$\text{VAN 1} = 237.288,20$$

Demostrando como una medida de rentabilidad del proyecto tenemos un valor actual neto positivo que alcanza los **\$ 237.288,20** tomando en consideración una tasa del 8,17% que es la tasa activa proporcionado por el Banco que nos indica un retorno tangible para el proyecto por lo tanto es viable.

VALOR ACTUAL NETO 2

$$\text{VAN 2} = \text{Inversión} + \left(\frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5} \right)$$

$$\text{VAN 2} = -56.388,49 + \left(\frac{65.015,49}{(1+0,2317)^1} + \frac{67.039,08}{(1+0,2317)^2} + \frac{71.586,48}{(1+0,2317)^3} + \frac{79.001,47}{(1+0,2317)^4} + \frac{91.839,92}{(1+0,2317)^5} \right)$$

$$\text{VAN 2} = -56.388,49 + \left(\frac{65.015,49}{1,2317} + \frac{67.039,08}{1,5171} + \frac{71.586,48}{1,8686} + \frac{79.001,47}{2,3015} + \frac{91.839,92}{2,8348} \right)$$

$$\text{VAN 2} = -56.388,49 + (52.785,17 + 44.188,97 + 38.310,22 + 34.326,08 + 32.397,32)$$

$$\text{VAN 2} = -56.388,49 + 202.007,76$$

$$\text{VAN 2} = 145.619,27$$

Cuadro 111 Sumatoria de VAN 1 Y VAN 2

Años	VAN 1	VAN 2
1	60.104,92	52.785,17
2	57.293,46	44.188,97
3	56.558,81	38.310,22
4	57.703,21	34.326,08
5	62.016,29	32.397,32
TOTAL	293.676,69	202.007,76

TASA INTERNA DE RETORNO.

$$TIR = i1 + (i1 - i2) \frac{\sum VAN1}{\sum VAN1 - \sum VAN2}$$

$$TIR = 0,0817 + (0,0817 - 0,23) \frac{\$ 293.676,69}{\$ 293.676,69 - \$202.007,76}$$

$$TIR = (0,0666) \frac{\$ 293.676,69}{\$ 91.668,93}$$

$$TIR = (0,0666) (3,2037)$$

$$TIR = 0,21$$

$$TIR = 21\%$$

TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

$$TMAR = Si + f + Si * f$$

$$TMAR = 0.0817 + 0.0443 + 0.0817 * 0.0443$$

$$TMAR = 0.13$$

$$TMAR = 13\%$$

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

$$\frac{RB}{C} = \frac{INGRESOS TOTALES}{COSTOS TOTALES}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{\$ 237.288,20}{\$ 145.619,27}$$

$$\frac{RB}{C} = 1,63$$

Este indicador quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto tendremos un beneficio de 0,63 centavos

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\Sigma FNE}{\# \text{ AÑOS}}}$$

$$PRI = \frac{\$ 56.388,49}{\frac{\$ 374.482,56}{5}}$$

$$PRI = \frac{\$ 56.388,49}{\$ 74.896,51}$$

$$PRI = 1,86$$

$$PRI = 1 \text{ año, } 8 \text{ meses y } 6 \text{ días}$$

El Tiempo en que se va a recuperar lo invertido en el proyecto es de 1 año, 8 meses y 6 días.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PE = \frac{\$ 24.924,93}{1 - \frac{\$ 6.902,00}{\$ 156.811,20}}$$

$$PE = \$ 26.072,50$$

Cuadro 112 Punto de Equilibrio en Dólares

	Punto de Equilibrio mensual	Punto de Equilibrio semanal	Punto de Equilibrio diario
	\$26.072,50	\$2.172,70	\$543,18
			\$90,53

Punto de equilibrio por número de clientes.

Para determinar el número de clientes que se debe atender, se requiere dividir el punto equilibrio anual en dólares por el consumo promedio de cada cliente:

Punto Equilibrio en dólares

PEC = -----

Consumo Promedio Persona

26.072,50

PEC = -----

5,00

PEC= 5.214,50

Cuadro 113 Punto de Equilibrio en clientes

	PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL	PUNTO DE EQUILIBRIO SEMANAL	PUNTO DE EQUILIBRIO DIARIO
5.214,50	435	109	18

15. Viabilidad financiera.

La viabilidad financiera es la capacidad de la empresa de obtener fondos necesarios para satisfacer sus requisitos funcionales a corto, mediano y largo plazo.

Margen de utilidad.

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \frac{\$ 48.336,88}{\$ 156.811,20} * 100 = 31\%$$

Interpretación: este índice muestra la utilidad generada por las ventas después de deducir los costos y gastos de la empresa la utilidad neta corresponde a un 31% de las ventas netas.

Margen de utilidad bruta.

$$\textit{Margen neto de utilidad} = \frac{\textit{Utilidad Bruta}}{\textit{Ventas}} = \frac{\$ 112.083,12}{\$ 156.811,20} = 0,71$$

Se obtiene un rendimiento de 0,71 centavos por cada dólar vendido.

f. ESTUDIO AMBIENTAL

El presente estudio ambiental describe las características de una acción humana que proporciona antecedentes fundamentados para la predicción, identificación e interpretación del impacto ambiental, en los que se han establecido acciones y efectos positivos y negativos que nos permiten evaluar la viabilidad del proyecto.

i. Identificación de acciones que pueden causar impacto

La organización, tanto en la fase constructiva como operativa, del proyecto: Paradero Turístico Gastronómico “San Javier” estará a cargo de sus dueños, quienes serán los responsables por la ejecución del proyecto utilizando las mejores prácticas de ingeniería para garantizar el cumplimiento de las medidas ambientales.

Etapas constructivas

Es conveniente señalar que un proyecto como el que se pretende desarrollar presenta una acción impactante esencialmente durante la fase de construcción, ya que durante la operación, esta se limitará a la utilización de los servicios turísticos por parte de los posibles clientes.

La fase de construcción significa la utilización de maquinaria y personal que se harán cargo de la misma, así como los operarios que se encargarán del levantamiento de la infraestructura. Por ello es fundamental determinar la transición entre el estado inicial del ambiente y un estado de alteración con carácter controlado.

Movimiento de tierras

Debido a la construcción que se va a realizar se ejecutarán movimientos de tierras como excavaciones, desplazamientos y aplanamientos. Este trabajo se lo debe realizar y la vez a plantearse soluciones futuras para solucionar estas acciones.

Montaje de la obra

Esto se refiere a la construcción e instalación de la infraestructura turística, en esta fase se va causar varios impactos.

Etapa operativa

En la etapa operativa, la generación de impactos se ve disminuida. La actividad que albergará la infraestructura a desarrollar, será esencialmente la aglomeración de personas dentro del área del proyecto, por lo que los desechos sólidos, líquidos y ruidos serán los principales residuos generados por esta actividad.

Actividades recreacionales (paseos a caballo, pesca deportiva, caminatas deportivas y el área húmeda)

Es otra de las actividades que va a incurrir en la generación de impacto ya que el paradero turístico gastronómico esta principalmente diseñado para la realización de este tipo de actividades.

Educación ambiental

Esta es una acción positiva que nos ayuda a concienciar a los visitantes del paradero turístico gastronómico en la importancia de conservar los recursos naturales existentes en la zona y con esto ayudar a proteger el medio ambiente.

Eliminación de desechos

La operación y con ello las actividades turísticas conlleva a la generación de desechos tanto orgánicos como inorgánicos, estos desechos luego que se generen deben ser eliminados de la forma correcta o en algunos casos ser reutilizados.

Por esta razón la empresa funcionara amigablemente con el ambiente para lo cual se colocara contenedores de colores con identificativos del tipo de desecho que se debe colocar en cada uno de ellos.

En el contenedor verde para desechos orgánicos:

- Restos de fruta
- Restos de pasto cortado
- Bolsas de té
- Restos de pan
- Desechos de comida

En el contenedor gris se reciclara papel y cartón:

- Usado y limpio (Cuadernos, hojas rayadas y blancas, papel de color, cartulina).
- Sobres usados.
- Cartón limpio.
- Periódicos.
- Revistas.

- Libros.

En el en contenedor azul se reciclara plásticos y envases:

- Botellas de gaseosas, yogurt, jugos, agua, galones de jugos, leche y aceite, cajas de mantequilla, cajas de queso crema.
- Latas: Gaseosas, cerveza, jugos.
- Cajas de leche, cajas de jugos, crema dulce.
- Otros: Latas de atún, frijoles molidos, maíz dulce, etc.

ii. Paradero turístico gastronómico.

Estructuras Físicas

Las edificaciones del paradero turístico gastronómico serán de construcción sólida y los materiales que se empleen serán resistentes a la corrosión, lisos, fáciles de limpiar y desinfectar. Todas las edificaciones se mantendrán en buen estado de conservación e higiene.

Servicios

Abastecimiento y calidad de agua

El paradero deberá disponer de agua potable de la red pública, contar con suministro permanente y en cantidad suficiente para atender las actividades del mismo.

Evacuación de aguas residuales

El sistema de evacuación de aguas residuales debe mantenerse en óptimas condiciones para evita el ingreso de plagas que afecten la imagen del establecimiento, al igual que los conductos de evacuación de aguas residuales deben estar diseñados para soportar cargas máximas y contar con trampas de grasa para evitar la contaminación del sistema de agua potable. El piso del área de cocina deberá contar con un sistema de evacuación para las aguas residuales que facilite las actividades de higiene.

Medidas de saneamiento

Limpieza y desinfección del establecimiento

El paradero contara con un programa de higiene y saneamiento que incluyan procedimientos de limpieza y desinfección satisfaciendo las necesidades del paradero, para lo cual se utilizara productos autorizados por el Ministerio de Salud, los mismos que eliminaran la suciedad de las superficies, de una forma fácil y segura.

De las plagas y animales

El establecimiento deberá estar libre de roedores e insectos. Para impedir su ingreso se colocarán tapas metálicas y trampas en la conexión con la red de desagüe, también se aplicara raticidas, insecticidas y desinfectantes los mismos que serán manejados por personal capacitado. Queda expresamente prohibida la presencia de cualquier animal en cualquier área del establecimiento.

VII. CONCLUSIONES

- El estudio de mercado determinó la aceptación del servicio, permitiendo la implementación del paradero turístico gastronómico en la parroquia, a la vez que se determinaron las estrategias del marketing mix.
- El plan de empresa estableció la viabilidad del proyecto, tanto en el aspecto jurídico mercantil y ambiental dando como resultado la factibilidad para la creación del mismo.
- Los ratios financieros dieron como resultado un VAN positivo de 237.288,20, una Tasa de Interés de Retorno (TIR) de 21% y una Relación Beneficio Costo (RBC) de 1,63 lo que significa que por cada dólar invertido se tiene una ganancia de 0.63 ctvs. permitiendo determinar que el proyecto es rentable.

VIII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda una investigación de mercado permanente donde se determine las necesidades y gustos cambiantes de los potenciales clientes y determinar la participación en el mercado desarrollando líneas donde se pueda incrementar las ventas y la rentabilidad del negocio.
- La puesta en marcha del proyecto de acuerdo a la viabilidad encontrada y obtenida en los índices económicos y financieros aceptables se considera como un proyecto rentable por tanto se recomienda que se lleve a cabo la ejecución del mismo.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- **Luna, R. Damaris, C.** Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Guatemala: Editorial Trillas 2001
- **Valderrey Sanz, P.** Investigación de Mercados: Enfoque Practico Bogotá: Ediciones de la U. 2011.
- **Felipe Gallego, J.** Marketing para Hoteles y Restaurantes: en los nuevos escenarios. Madrid: Paraninfo 2009.
- **Infante, A. Martínez, A. Rodríguez, R.** Metodologías para evaluar la viabilidad y el impacto del proyecto. Madrid: Paraninfo. 2001.
- **Maribel, Vallejo.** Texto básico de Marketing. 2004
- **Ministerio de Relaciones Laborales. 2013.** Salarios mínimos sectoriales Consultado 19 de marzo de 2014. Disponible en: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/biblioteca/>
- **SIGNIFICADO DE COLORES.2009.** Consultado 19 de marzo de 2014. Disponible En <http://www.significado-colores.com>
- **SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE RIOBAMBA-SIT. 2004**

- **Fox, B. A. Cameron, A. G.** Ciencia de los Alimentos Nutrición y Salud.
México: Limusa. 1997.

- **TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA:**
Autor Loza Vásquez María Belén; año 2013.

- **Eduardo, M. Jácome.** Guía Metodológica para la implementación y evaluación de proyectos de negocios relacionados con el turismo. 2011

- **RIOBAMBA (ANTECEDENTES HISTORICOS)**
<http://www.gadmriobamba.gob.ec/>
2014- 07- 28

- **LICTO (ANTECEDENTES HISTORICOS)**
<http://magdalenacomputador.blogspot.com>
2014 – 07 - 28

- **PARADOR TURISTICO (CONCEPTO)**
<http://www.definicionabc.com>
2014 – 07 - 28

- **ESTUDIO DE MERCADO (CONCEPTO)**
<http://www.monografias.com>.
2014 – 07 – 28

- **LOCALIZACIÓN**

<http://www.slideshare.net>

2013 – 01 – 12.

- **DERECHOS Y DEBERES**

<http://www.arlsura.com>

2014 – 09 – 12.

- **MEDIO AMBIENTE**

<http://www.monografias.com>

2014 – 13 – 12

- **AIRE (CONCEPTO)**

<http://es.wikipedia.org/wiki/Aire>

2014 – 14 – 12.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO**

<http://www.aulafacil.com>

2014 – 17 – 2014

ANEXOS

X. ANEXO



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
ENCUESTA**

OBJETIVO: Determinar la factibilidad para la implementación de un paradero turístico-gastronómico en la parroquia Licto, cantón Riobamba. 2014.

Género: M.... F.... **Edad:**.... **Estado civil:** Soltero... Casado..... Divorciado.....

Profesión u ocupación: Estudiante.... Empleado público.... Empleado privado....

Indique el rango de ingresos en el que usted se encuentra

a. 300 -600 b. 601- 900 c. 901- 1200

1.- ¿Conoce paraderos turísticos en la parroquia Licto?

Si... No...

Cuales:.....

2.- ¿Considera que en la parroquia Licto es necesario la creación de un lugar de distracción turística gastronómica?

Si.... No....

3.- ¿Le gustaría que el paradero se ubique en las afueras de la parroquia?

Si.... No....

Porque.....

4.- Además del servicio de alimentación que otras actividades le gustaría que tenga el paradero.

a. Piscina b. Sauna c. Turco d. Hidromasaje e. Sala de juegos

5. ¿Qué tipo de comida es su preferida? De los siguientes platos típicos señale uno de cada región según su gusto.

a. Sierra b. Costa c. Oriente
-Hornado -Bolón de verde -Seco de guanta

- Cuy asado
- Ceviche
- Chontacuros
- Mote pillo
- Arroz con menestra y carne asada
- Zarapatoca
- Llapingachos
- Arroz con camarón
- Maito

6. ¿Con cuántas personas generalmente usted visita este tipo de lugares?

.....Personas



7. ¿Con qué frecuencia usted visita este tipo de lugares?

- a. Una vez por semana
- b. Una vez por mes
- c. Una vez por año
- d. Dos veces por año
- e. Otro-----

8. Usted por lo general cuánto gasta por persona en entretenimientos similares.

- a. 10 – 20
- b. 25 – 35
- c. 35 – 45
- d. Más de 45

9. ¿Por cuál medio de comunicación usted prefiere informarse?

Radio	Tv Local	Internet
Programa	Programa	
Radio Canela...	TVS.... Ecuavisión....	Páginas web.....
Radio alegría....		Redes social
Radio Tricolor...		 
Otros.....		Otros.....

10. ¿Qué actividades le gustaría realizar en el paradero?

- a. Paseos a caballo
- b. Pesca deportiva
- c. Caminatas deportivas
- d. Camping
- e. Otros.....

11. ¿Cuál sería su forma de pago?

- a. Efectivo.....
- b. Tarjeta de crédito.....

GRACIAS POR SU COLABORACION