



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

TEMA:

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, CON PRODUCTOS
ORGÁNICOS, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO,
2016”.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
TIPO EMPRENDIMIENTOS**

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

**AUTOR
JORGE GEOVANNY PIRCA LLUAY**

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación

Ing. Silvia Tapia

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación titulado “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, CON PRODUCTOS ORGÁNICOS, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2016” del Sr. Jorge Geovanny Pirca Lluay, ha sido revisado y autorizado para su publicación.

Ing. Silvia Tapia

DIRECTORA

Ing. Verónica Llangari

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jorge Geovanny Pirca Lluay, declaro que el siguiente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 13 de enero de 2017

Jorge Geovanny Pirca Lluay

C.I. 060413544-2

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por brindarme sabiduría y fortaleza en todo momento.

Gracias a mis padres quienes incondicionalmente me apoyaron en el transcurso de mi carrera y culminación de este proyecto, a toda mi familia por siempre confiar en mí.

Mi eterno agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía por permitirme adquirir conocimientos y valores.

Mi agradecimiento a los señores miembros de titulación quienes me guiaron con paciencia y dedicación supieron aportar con sus valiosos conocimientos para que sea posible la realización de este proyecto.

Atentamente.
Jorge Pirca

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado de manera muy especial a mis padres Jorge Pirca y Carmen Lluay por permitirme estudiar y por haberme enseñado a ser un hombre perseverante de éxito y guiado por el buen camino de la vida. También dedico a mis hermanas (o) quienes han estado incondicionalmente a mi lado y han sido el impulso más grande para salir adelante.

Atentamente.
Jorge Pirca

RESUMEN

La presente investigación desarrolla una: propuesta de factibilidad para la creación de un restaurante de comida vegetariana, con productos orgánicos, en el cantón Riobamba; con una investigación exploratoria y no experimental, se emplea una serie de técnicas, métodos e instrumentos utilizados para levantar una correcta información. Se determinó el perfil del cliente local mediante aplicación de encuestas mismas que dejaron un resultado positivo, debido a la aceptabilidad que tiene el servicio de comida vegetariana que brinda. Para desarrollar el estudio de factibilidad y cumplir los objetivos planeados se realizaron diferentes estudios como: legales, administrativos, de medio ambiente y financiero. La primera parte del proyecto está compuesto de la fase empresarial en el cual se selecciona los resultados obtenidos, para proceder a realizar la misión, visión, objetivos del restaurante, con la aplicación del FODA. Como segunda parte el estudio técnico el cual determina el tamaño y localización del restaurante al igual que las recetas estándar, el proceso y flujo grama de producción, en activos fijos y gastos del área de producción. El estudio administrativo legal determina la organización de la empresa tanto funciones como responsabilidades de cada área que requiere el restaurante, un perfil de los colaboradores con sus respectivos salarios y su proceso de reclutamiento Como fuente de financiamiento se cuenta con capital propio y adquisición de un préstamo bancario, el cual se utilizará para poner en marcha la idea del negocio y financiar todos los costos y gastos requeridos, con una inversión \$54935,96, la evaluación financiera arrojó un VAN positivo \$75.105,01, un TIR de 54% y un periodo de recuperación en 1 Año, 6 Meses, lo que nos indica que el emprendimiento es rentable.

Palabras Claves: comida vegetariana, productos orgánicos, restaurante vegetariano.



SUMMARY

This research develops a feasibility proposal for the creation of a vegetarian restaurant with organic products, in canton Riobamba; a number of techniques, methods and tools are used to lift correct information with an exploratory and non experimental investigation. The local client profile was determined by applying surveys that gave a positive result, due to the acceptability that the vegetarian food service provides. Different considerations such as legal, administrative, and environmental were performed to develop the feasibility study. The first part of the project consists of the business phase in which the results are obtained, to proceed with the execution of the mission, vision, objectives of the restaurant, through the application of strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT). As second part the technical study determines the size and location of the restaurant as well as standard recipes, the process and flowchart of production, fixed assets and expenses of the production area. The legal administrative study determines the organization of the company both functions and responsibilities of each area that requires the restaurant, a profile of the collaborators with their respective salaries and their recruitment process as a source of financing also an own capital and acquisition of a bank loan are available, which will be used to implement the idea of business and finance all costs and expenses required, with an investment of \$ 54935.96, financial evaluation showed a positive net present value (NPV) of \$ 75.105,01, an internal rate of return (IRR) of 54% and a recovery period in one year, 6 Months, which indicates that the venture is profitable.

Key words: Vegetarian food, organic products, vegetarian restaurant



ÍNDICE

PORTADA.....	I
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN.....	V
SUMMARY.....	VI
ÍNDICE CONTENIDO.....	VII
ÍNDICE TABLA.....	XIV
ÍNDICE CUADROS.....	XVI
ÍNDICE GRAFICOS.....	XVII
ÍNDICE ANEXOS.....	XVIII
I.INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
ASPECTOS GENERALES.....	2
II. OBJETIVOS.....	2
A. GENERAL.....	2
B. ESPECÍFICOS.....	2
III. MARCO TEÓRICO.....	3
A. HISTORIA.....	3
B. TIPOS DE RESTAURANTES.....	4
1.1 Restaurante de lujo:.....	4
1.2 Restaurante grill-romm o parrillada.....	4
1.3 Restaurante buffet:.....	4
1.4 Restaurantes temáticos.....	5

1.5	Restaurante de comida rápida	5
1.6	Restaurante gourmet.....	5
1.7	Restaurante de autor o boutique:.....	5
C.	IMPORTANCIA DEL SERVICIO ALIMENTARIO	5
D.	CLASIFICACIÓN DE SERVICIOS QUE OFRECE UN RESTAURANTE	6
a.	Servicio a la francesa:	6
b.	Servicio a la inglesa:	6
c.	Servicio a la rusa:.....	7
d.	Servicio Gueridón:	7
E.	COMIDA VEGETARIANA.....	7
1.1	Qué entendemos por ser Vegetarianos.....	7
1.2	¿Qué es la Gastronomía Vegetariana?	7
1.3	Restaurante de comida vegetariana.....	8
1.4	Clases de vegetarianos	8
1.5	Beneficios de la dieta vegetariana.....	9
1.5.1	El control médico de un nutricionista en estos casos es especialmente importante...9	
1.5.2	Limitaciones de una dieta vegetariana	10
1.5.3	¿La dieta vegetariana ayuda a perder peso?	10
1.5.4	Realización de una dieta.....	11
1.5.5	¿Qué beneficios puedo obtener de este estilo de alimentación?	12
1.5.6	¿El riesgo de enfermedades se disminuye con una dieta vegetariana?	12
1.6	Sitios donde expenden comida vegetariana.	13
A.	FASES DEL PROYECTO.....	14
1.	Estudio de Mercado.....	14
2.	Estudio Técnico.....	14

3. Estudio Administrativo Legal	15
4. Estudio Económico Financiero	15
5. Estudio de Lugar o Espacio.....	15
1.1 Gastronomía de Riobamba	17
IV. MARCO CONCEPTUAL.....	18
V. DESARROLLO DEL PROYECTO	19
VI. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL	20
A. LLUVIA DE IDEAS PARA IDENTIFICAR PRODUCTOS/BIENES O SERVICIOS.	20
B. SELECCIÓN INICIAL DE LAS IDEAS PARA PROYECTOS	21
C. EVALUACIÓN FINAL DE LA IDEA	22
D. JUSTIFICACIÓN	22
A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	22
B. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO.....	25
C. TIPO DE EMPRESA.....	25
VII. MISIÓN.....	25
VIII. VISIÓN	25
IX. OBJETIVO.....	25
X. POLÍTICAS	25
XI. ESTRATEGÍAS	25
XII. VALORES Y PRINCIPIOS.....	26
XIII. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS	26
XIV. FODA.....	27
XV. METODOLOGÍA APLICADA.....	28
A. Universo.....	28

B. Muestra	28
C. Estratificación	28
XVI. Instrumentos o técnicas a utilizarse.....	29
XVII. Fuentes de investigación	29
XVIII. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	30
CAPITULO II.....	40
ESTUDIO DE MERCADO.....	40
A. DEMANDA	40
II. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	40
III. OFERTA	40
IV. CRECIMIENTO POBLACIONAL.....	41
V. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA.....	42
VI. PROYECCION DE LA OFERTA.....	43
VII. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	44
VIII. Servicio.....	45
A. Slogan	45
B. Logo de la Empresa	46
C. Colores de Identificación	46
D. IDENTIDAD CORPORATIVA.....	47
IX. MIX DE MERCADO	47
X. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO.....	48
XI. COMPETENCIA	48
XII. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	49
XIII. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL	49

XIV. DETERMINACIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS DEL ÁREA	
COMERCIAL	51
CAPITULO III	52
ESTUDIO TÉCNICO.....	52
I. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	52
II. CAPACIDAD DE LA PLANTA	52
III. DETERMINACION DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA.....	53
IV. RECETA ESTANDAR.....	54
V. PROCESO DE PRODUCCION DEL PRODUCTO	55
A. FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN	56
VI. DISEÑO DE PLANTA.....	57
VII. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO.....	58
CAPITULO IV	60
ANALISIS DE LA INVERSION.....	60
I. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	60
A. Consumo de servicios básicos.....	60
B. Combustible	61
C. Mantenimiento	61
D. Depreciación	62
E. Materia prima directa	63
F. Mano De Obra Directa	64
I. CIF.....	64
II. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS AREA PRODUCCIÓN	64
III. PROGRAMA PRE – OPERATIVO	65
1. PRUEBAS DE ACEPTABILIDAD	65

2. Control de calidad	66
CAPITULO V	67
ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	67
I. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (DEFINICION DE AREAS).....	67
II. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	67
A. Descripción de puestos de trabajo.....	68
B. Costos salariales	69
C. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo.....	70
IV. MARCO LEGAL	71
A. REQUISITOS PERSONALES:	71
B. REQUISITOS GENERALES Y LEGALES	71
C. Calificaciones primera vez.....	71
D. Recalificaciones	71
E. Calificaciones autónomas.....	71
F. CERTIFICACIÓN DE ARTESANO CALIFICADO	72
G. DUPLICADO DE CALIFICACIÓN POR: CAMBIO DE DIRECCIÓN, CAMBIO DE RAZON SOCIAL, AUMENTO DE CAPITAL, OTROS	72
H. PERMISOS REQUERIDOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL RESTAURANTE	73
CAPITULO VI	74
ESTUDIO AMBIENTAL	74
I. MITIGAR EL IMPACTO AMBIENTAL.....	74
A. El Agua.....	74
B. El Suelo	75
C. El Aire	75

II. ACCIONES REMEDIABLES 3R	76
A. Reciclar	76
B. Reducir	76
C. Reutilizar	77
CAPITULO VII.....	78
ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	78
I. ANALISIS DE LA INVERSIÓN	78
II. ESTADO DE FUENTES Y USOS	79
III. PRESUPUESTO DE GASTOS DE PRODUCCIÓN.....	80
IV. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	81
VII. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	82
VIII. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	82
IX. FLUJO DEL EFECTIVO	83
CAPITULO VIII	84
A. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERO SOCIAL, Y AMBIENTAL.	84
1.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA	84
1.2 EVALUACIÓN FINANCIERA	84
1.3 EVALUACIÓN SOCIAL	85
1.4 EVALUACIÓN AMBIENTAL	85
B. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
C. BIBLIOGRAFÍA	88
D. ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Valoración de alternativas	21
Tabla 2: Evaluación de la idea	22
Tabla 3: Factibilidad del restaurante vegetariano	30
Tabla 4: Elección del logotipo	31
Tabla 5: El consumo de comida vegetariana	32
Tabla 6: Acudirían al Establecimiento.....	33
Tabla 7: Promedio de gasto en el Restaurante	34
Tabla 8: Atención para los clientes.....	35
Tabla 9: Acuden a restaurantes vegetarianos.....	36
Tabla 10: Satisfacción en otros restaurantes	37
Tabla 11: Medios de Comunicación	38
Tabla 12: Promociones para el Establecimiento.....	39
Tabla 13: Crecimiento Poblacional.....	41
Tabla 14: Proyección de la Demanda	42
Tabla 15: Proyección de la Oferta	43
Tabla 16: Demanda Insatisfecha.....	44
Tabla 17: Competencia del Restaurante	49
Tabla 18: Inversión del área comercial.....	51
Tabla 19: Gastos del Área Comercial	51

Tabla 20: Capacidad de la planta.....	52
Tabla 21: Localización de la planta	53
Tabla 22: Depreciaciones activo fijo	62
Tabla 23: Materia Prima	63
Tabla 24: Mano de Obra Directa	64
Tabla 25: Costos Indirectos De Fabricación.....	64
Tabla 26: Activos Fijos Área de Producción	64
Tabla 27: Prueba de la mini pizza.....	65
Tabla 28: Prueba de lasaña de vegetales.....	66
Tabla 29: Costos Salariales.....	69
Tabla 30: Permisos requeridos para el funcionamiento del restaurante	73
Tabla 31: Análisis de la inversión.....	78
Tabla 32: Fuentes y usos.....	79
Tabla 33: Costo de Producción	80
Tabla 34: Gastos de Administración.....	81
Tabla 35: Gasto de Ventas	81
Tabla 36: Ingresos y Egresos	81
Tabla 37: Estado de Pérdidas y Ganancias	82
Tabla 38: Estado de situación Financiera	82
Tabla 39: Flujo del efectivo	83

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Valoración de alternativas.....	20
Cuadro 2: Foda.....	27
Cuadro 3: Segmentación de Mercado.....	48
Cuadro 4: Ficha de la Cajera y Mesera.....	50
Cuadro 5: Ficha del Chef.....	58
Cuadro 6: Ficha de ayudante de cocina.....	59
Cuadro 7: Servicios básicos.....	60
Cuadro 8: Combustible.....	61
Cuadro 9: Mantenimiento de la Maquinaria.....	61
Cuadro 10: Programa pre operativo.....	65
Cuadro 11: Funciones del área administrativa.....	67
Cuadro 12: Descripción del puesto administrativo.....	68
Cuadro 13: Perfil del Chef.....	68
Cuadro 14: Pasos para selección de personal.....	70
Cuadro 15: Mitigación del Estudio Ambiental.....	74
Cuadro 16: Acciones remediabes 3r.....	76
Cuadro 17: Evaluación Económica.....	84
Cuadro 18: Flujo Neto Del Efectivo.....	84
Cuadro 19: Evaluación Social.....	85

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Factibilidad del restaurante vegetariano	30
Gráfico 2: Elección del logotipo	31
Gráfico 3: El consumo de comida vegetariana	32
Gráfico 4: Acudirían al Establecimiento	33
Gráfico 5: Promedio de gasto en el Restaurante	34
Gráfico 6: Atención para los clientes	35
Gráfico 7: Acuden a restaurantes vegetarianos	36
Gráfico 8: Satisfacción en otros restaurantes	37
Gráfico 9: Medios de Comunicación	38
Gráfico 10: Promociones para el Establecimiento	39
Gráfico 11: Crecimiento Poblacional	41
Gráfico 12: Proyección de la Demanda	42
Gráfico 13: Proyección de la Oferta	43
Gráfico 14: Demanda Insatisfecha	44
Gráfico 15: Capacidad de la planta	53
Gráfico 16: Localización de la planta	54
Gráfico 17: Proceso de producción	56
Gráfico 18: Diseño de la planta	57
Gráfico 19: Organigrama de la Empresa	67

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	93
Anexo 2: Recetas Estándar	96
Anexo 3: Tarjeta de presentación	105
Anexo 4: Fotografías de las encuestas	106
Anexo 5: Tríptico.....	107
Anexo 6: Carta del restaurante.....	108
Anexo 7: Plano del restaurante	109
Anexo 8: Manual de funciones	109

I. INTRODUCCIÓN

Los establecimientos de comida vegetariana hoy en día buscan brindar a las personas alimentos novedosos y de calidad, aplicando normas de higiene y manipulación, para así brindar un servicio de excelencia donde cada uno de los clientes quede satisfecho con lo que se está promocionando dentro del establecimiento.

Existen factores de riesgo modificables como la alimentación, el sedentarismo, sobrepeso, obesidad, consumo de sal, grasas saturadas y azúcares, donde es más común su consumo, al igual que tenemos otras enfermedades que no modificables como la herencia genética, edad, sexo o etnia que influyen en la aparición de las enfermedades crónicas desde el proceso reproductivo hasta la muerte de la persona.

La falta de establecimientos de comida vegetariana que brinden un servicio de calidad y un ambiente agradable en la ciudad de Riobamba, ha provocado en la población un desconocimiento de nuevas formas de alimentación que en la actualidad se están implementando, y esto da como resultado que la evolución en el negocio de restaurantes vegetarianos no haya progresado de manera constante en esta ciudad.

En la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, existe una gran cantidad de restaurantes de media y alta categoría, sin embargo, no se encuentran restaurantes vegetarianos, Por tal motivo se desarrolla la propuesta de factibilidad para la creación de un restaurante vegetariano, así satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

Este proyecto busca implementar en la ciudad de Riobamba un restaurante de comida vegetariana que presente un ambiente único y original, tomando en cuenta la cultura gastronómica del cantón Riobamba, brindando a los clientes un espacio acogedor con un servicio de calidad y una decoración única donde se permite que cada uno de los clientes este satisfecho al momento de estar dentro del establecimiento, al igual que se está cuidando la salud de cada persona, con una buena alimentación para poder disminuir las enfermedades.

Al realizar el estudio de factibilidad, y con lo expuesto anteriormente, se definió la aceptabilidad de la población, aportando el desarrollo del negocio de un restaurante para mejorar la salud de los consumidores.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

II. OBJETIVOS

A. GENERAL

Desarrollar la propuesta de factibilidad para la creación de un restaurante de comida vegetariana, con productos orgánicos, en el cantón Riobamba.

B. ESPECÍFICOS

- Determinar los clientes potenciales mediante un estudio de mercado.
- Realizar los estudios; técnico, legal, administrativo, de medio ambiente, para seguir con las etapas del proyecto.
- Establecer la evaluación económica, financiera, social y ambiental para la factibilidad del proyecto.

III. MARCO TEÓRICO

A. HISTORIA

El origen de los restaurantes tal y como se los conoce actualmente no es muy antiguo. En el siglo 18, en los sitios donde se servía comida, sólo se podía comer a una hora fija y someterse al menú que el establecimiento.

El término "RESTAURANTE" es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre a un establecimiento fundado alrededor de 1765, por un francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas. (Rivadeneira, 2010, pág. 16)

Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos.

Después de la revolución francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número.

En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con éste nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precios razonables. En Londres el primer restaurante se abrió en 1873. (Augusto, 2010, pág. 9)

La asociación nacional llegó a estados unidos en 1974, traída por un refugiado francés llamado Baptise Gilbert Paupal. Este se fundó lo que sería el primer Restaurante francés en los Estados Unidos, llamado Julion'sRestatorator. En el que se servían frutas fondues de queso y sopas, así empieza la cocina americana. Los franceses que habían huido de su país en el siglo XVIII escapando de la persecución abrieron varios establecimientos. (Mariño, 2014, pág. 37)

El restaurante que generalmente se considera como el primero en este país es el Delmonico, fundado en New York en 1827. John Delmonico, el fundador, era capitán suizo que se retiró

de la vida marítima en 1825 y abrió una diminuta tienda Battery, New York. (Escolastico, 2014, pág. 14)

El negocio comercial de los restaurantes prospero después de la segunda guerra mundial ya que, muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas.

Entre 1880 y 1890, Fred Harvey y John R. Thompson fueron los primeros en establecer las grandes cadenas de restaurantes. (Augusto, 2010, pág. 8)

La palabra restaurante se estableció en breve y los chefs de más reputación que hasta entonces solo habían trabajado para familias privadas abrieron también sus propios restaurantes o fueron contratados por un nuevo grupo pequeños empresarios: Los restauradores.

A partir de este tibio comienzo, el progreso que alcanzó el arte culinario de los restaurantes ya no se detuvo. El próximo paso fue no sólo esmerarse en la cocina sino en la manera de servir la comida al cliente. (Gaspar A. B., 2010, pág. 5)

B. TIPOS DE RESTAURANTES

Dentro de la cadena de restaurantes encontramos diferentes tipos de restaurantes los cuales se dividen en los siguientes:

1.1 Restaurante de lujo: Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y contar con políticas internas y externas para su manejo.

1.2 Restaurante grill-romm o parrillada: Tipo de restaurante orientado a la cocina americana donde se sirve carnes, pescados y mariscos a la plancha y a la parrilla. El servicio debe ser rápido y eficiente en estos establecimientos y la decoración muchas veces se orienta al estilo Oeste Americano. (Rivadeneira, Restaurante grill-romm, 2010, pág. 4)

1.3 Restaurante buffet: A mediados de la década de los 70"s apareció en los hoteles la tendencia de los restaurantes exclusivos para buffet. Esta modalidad ha servido de gran ayuda para poder alimentar a grandes grupos de turistas en los hoteles con

servicios de "Todo Incluido", para colocar las bandejas con los diferentes tipos de alimentos, constan de varios displays especiales con calentadores y refrigeradores integrados para mantener los alimentos a la temperatura adecuada. (Cesitar, 2014, pág. 4)

1.4 Restaurantes temáticos: Son restaurantes que se especializan en un tipo de comida como los de Mariscos, los Vegetarianos, los Steakhouses o Asaderos, cuya especialidad es la carne. Estos incluyen también los de nacionalidades, que se especializan en la cocina de un país o región determinada. (Carajonero, 2012, pág. 5)

1.5 Restaurante de comida rápida: Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas o pollo. Algunas de las cadenas de restaurantes más conocidas son: McDonald's, KFC, Pizza Hut, Domino's pizza, Taco Bell. (García, 2011, pág. 6)

1.6 Restaurante gourmet: Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maitre. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos. (Medina, 2012, pág. 4)

1.7 Restaurante de autor o boutique: Estos son los tipos de restaurante más famosos, pero también los más difíciles de sostener y de administrar. Funcionan en locales pequeños, son atendidos por su propietario o por lo menos éste está permanentemente en el negocio al frente de lo que allí sucede y su carta ofrece platillos únicos, fruto de la inspiración del dueño. (Capetillo, 2013, pág. 12)

C. IMPORTANCIA DEL SERVICIO ALIMENTARIO

El servicio de alimentos y bebidas es un renglón muy importante en la operación de un restaurante. Cabe señalar que los ingresos por concepto de alimentos y bebidas se incrementan considerablemente, cuando el hotel ofrece servicios para banquete y convenciones; por lo que el gerente de alimentos y bebidas es un miembro clave entre el personal directivo. Mientras que el subalterno del gerente general del hotel, disfruta de cierto

grado de independencia y libertad de acción dentro de su departamento para planear la operación de alimentos y bebidas, así como la compra de cientos de artículos que son necesarios para los restaurantes y bares. (Cancino, 2010, pág. 2)

Para formar parte del departamento de alimentos y bebidas se debe poseer conocimientos especializados. Ello implica desde tener un trato adecuado con la gente (incluso de otras nacionalidades, lo que hace necesario el dominio de un idioma aparte del propio) hasta conocer los ingredientes y la elaboración de los platillos y bebidas que el huésped consume.

La gastronomía ostenta en la mayoría de sus voces un legado lingüístico aportado por Francia, cuna de esta especialidad, mismo que hasta la actualidad prevalece. Cabe recalcar que las primeras obras sobre gastronomía se escribieron precisamente en francés, siendo Maurice Edmond Sailland (Curnonsky) quien se ocupó por primera vez de abordar este tema en el siglo pasado. (Gaspar A. B., 2010, pág. 6)

D. CLASIFICACIÓN DE SERVICIOS QUE OFRECE UN RESTAURANTE

Los servicios que ofrece un restaurante depende de la categoría y la fama del mismo, de esta manera se observa la pulcritud y el esfuerzo del personal que realiza al preparar los diferentes platos a la carta.

a. Servicio a la francesa:

Los alimentos se presentan por la izquierda del comensal, en una fuente, y el propio invitado se sirve en su plato, con los cubiertos que se presentan en la fuente para tal fin. Nunca deben utilizarse los cubiertos propios para servirse los alimentos. El servicio es más lento que el servicio a la inglesa o el emplatado. El coste de este servicio suele ser más alto debido a que es necesario más personal de servicio. (Jaime, 2016, pág. 7)

b. Servicio a la inglesa:

Los alimentos se presentan en una fuente al comensal, por su lado izquierdo, y el camarero utilizando los cubiertos adecuados en cada caso sirve al comensal los alimentos. El servicio es más rápido que el servicio a la francesa, pero menos que el servicio de emplatado. El coste en cuanto a personal de servicio es alto, porque se necesita de varios camareros para realizar

el servicio cuando el número de comensales es elevado. (Rivadeneira, Servicio a la inglesa, 2010, pág. 7)

c. Servicio a la rusa:

El servicio de mesa se hace al lado del propio cliente en un carrito auxiliar o gueridón. Los alimentos se preparan al lado del cliente. Es un servicio muy exclusivo, cuyo coste es muy elevado debido a la dedicación exclusiva del personal de servicio a cada cliente. Este servicio ha desaparecido, quedando solo en restaurantes muy exclusivos. Los principales alimentos que se preparan al lado del cliente suelen ser aquellos que se toman crudos o poco hechos, trinchados o flambeados. (Protocolo, 2016, pág. 3)

d. Servicio Gueridón:

Se diferencia del servicio a la rusa, pues en la mayor parte de los casos al servir un plato ya cocinado se presenta en una fuente o en una pieza y luego en la mesa auxiliar o gueridón se preparan las raciones individuales para servir al comensal (por su derecha). (Brito, 2010, pág. 18)

E. COMIDA VEGETARIANA

1.1 Qué entendemos por ser Vegetarianos

Esta palabra ha sido utilizada para describir personajes muy distintos: desde asiduos de tiendas de productos naturales hasta personas malnutridas del Tercer Mundo. Hay personas que comen pescado, pero no carne; otras que comen cerdo y pollo, pero no ternera; otras que no comían ni carne ni pescado, pero si huevos y leche; y otras que comían carne y pescado de vez en cuando o en casas de amigos por razones sociales y muchas de ellas se proclaman vegetarianas. (Herrera, 2016, pág. 24)

1.2 ¿Qué es la Gastronomía Vegetariana?

La gastronomía vegetariana es una forma poderosa y agradable de alcanzar una buena salud. El modo de comer vegetariano se basa en una amplia variedad de alimentos que sacian, están deliciosos y son sanos. Los vegetarianos evitan las carnes, los pescados y las aves. Quienes incluyen productos lácteos y huevos en su dieta se llaman ovo-lacto-vegetarianos. Los veganos (vegetarianos puros) no consumen carnes, pescados, aves, huevos ni productos

lácteos. Aunque existe una ventaja considerable en el modelo ovo-lacto-vegetariano, las dietas veganas son las más saludables de todas, reduciendo el riesgo de un amplio abanico de problemas de salud. (Román, 2013, pág. 2)

1.3 Restaurante de comida vegetariana.

En la actualidad, la gente está muy preocupada en trabajar por tal situación se despreocupa en su manera de alimentarse y sí lo hace lo hace en una forma incorrecta acudiendo a establecimiento de comida tradicional donde brindan alimentación llena en grasa, alto colesterol, etc.

Por tal motivo es necesario dar a la ciudadanía la oportunidad de cambiar su habitual alimentación, creando un restaurante de comida vegetariana en la ciudad de Riobamba.

1.4 Clases de vegetarianos

La **Unión Vegetariana Internacional (IVU)**, establece la siguiente clasificación de vegetarianos.

Vegano: Excluye de su dieta toda la carne procedente de mamíferos, aves, pescados y marisco y productos animales como los lácteos o los huevos. No suelen incluir tampoco miel.

Vegetariano Lacto – ovo: Éste no come ni carnes, ni pescados, pero incluye en su dieta productos animales como los huevos y los lácteos.

Vegetariano Lacto: Excluye todos los productos animales excepto los lácteos. De modo que no come ni carnes ni pescados ni huevos.

Semi-vegetariano: Es el vegetariano menos estricto ya que come productos vegetales, lácteos, huevos, aves y pescados. Lo único que no come es carne.

Frutariano: Se alimenta únicamente de frutas y frutos secos. Pero, además, estos sólo consumen frutas que no matan a las plantas.

Pescetariano: Sigue una dieta similar al Vegano, pero incluye en su dieta el pescado.

Crudívoro: Son personas que comen todo crudo. No cocinan ni calientan los productos que consumen. Su menú está formado por frutas, verduras, semillas y legumbres. (Sevilla, 2013, pág. 16)

1.5 Beneficios de la dieta vegetariana

El organismo estadounidense Physicians Committee for Responsible Medicine (Comité de Médicos por una Medicina Responsable) elaboró hace algunos años una Guía de Iniciación Vegetariana de la que se hace eco la Unión Vegetariana Española.

Beneficios para el corazón: Los vegetarianos poseen niveles de colesterol muy inferiores a quienes comen carne, y la enfermedad cardíaca es poco frecuente entre los vegetarianos. Las comidas vegetarianas son bajas en grasas saturadas y generalmente contienen poco o ningún colesterol.

Mejor presión sanguínea: al tener menos sodio en la dieta, la presión sanguínea es más baja.

Control de la diabetes: Numerosos estudios sobre la diabetes muestran que una dieta rica en carbohidratos complejos (que se encuentran sólo en alimentos vegetales) y baja en grasas es la mejor prescripción dietética para controlar la diabetes.

Prevención del cáncer: Estudios epidemiológicos han demostrado que las tasas de cáncer de mama y de colon en población vegetariana es menor que la que no lo es porque son más bajas en grasas y más ricas en fibra que las dietas basadas en carnes. Además, los vegetarianos generalmente consumen más cantidad del pigmento vegetal betacaroteno. Esto podría ayudar a explicar por qué padecen menos cáncer de pulmón. (Sevilla, 2013, pág. 19)

1.5.1 El control médico de un nutricionista en estos casos es especialmente importante.

Personajes como Platón, Einstein o el mismísimo Brad Pitt decidieron en su momento excluir de sus menús la carne de animal. Como ellos, miles de personas en todo el mundo también lo han hecho. Muchos, convencidos de que una dieta vegetariana supone importantes beneficios para la salud, otros movidos por el respeto a los animales y al medio ambiente, y otros como una forma de perder peso.

Sin embargo, muchos alegan que es una dieta deficiente en determinadas proteínas y vitaminas. Los expertos en nutrición han encontrado beneficios e inconvenientes de este tipo de dietas, por ello, aconsejan que, antes de apostar por una dieta vegetariana hay que

consultar con un profesional médico nutricionista que informe al paciente de cómo debe ser una dieta vegetariana equilibrada.

La dieta vegetariana puede estar formada por una gran variedad de alimentos que sacian el hambre y son sanos. Pero siempre ha de realizarse bajo supervisión médica. (Sevilla, 2013, pág. 5)

1.5.2 Limitaciones de una dieta vegetariana

La Asociación Dietética Americana (1997) con una postura de apoyo a la dieta vegetariana, ha señalado que la dieta vegetariana puede ser sana y adecuada, desde el punto de vista nutricional, pero que puede dar lugar a deficiencias si no se programa adecuadamente o bajo el asesoramiento de un dietista-nutricionista. Si los alimentos no son seleccionados adecuadamente, el vegetariano puede sufrir deficiencias nutricionales respecto a la ingesta calórica, vitaminas, minerales y proteínas. Vamos a analizar cada una más detalladamente. (Otegui, 2010, pág. 18)

1.5.3 ¿La dieta vegetariana ayuda a perder peso?

Estudios realizados a personas que siguen una dieta vegetariana han encontrado que la ingesta de calorías es más baja en las personas que siguen una dieta vegetariana.

Si usted decide convertirse en vegetariano para perder o mantener su peso debe tener en cuenta que debe seguir las recomendaciones básicas, tener cuidado con la cantidad de grasa y azúcar que consume.

La dieta vegetariana debe ser equilibrada, debe poseer los nutrientes y fibra necesarios que favorece el tránsito intestinal y la pérdida de peso. Esta dieta incluye hidratos de carbono a través de la fruta, el pan, los cereales, el arroz, las legumbres y la verdura.

Esta dieta proporciona las proteínas necesarias a través del huevo, la leche, el queso, el yogur y las legumbres. La mayor fuente de vitaminas la proporcionan la fruta y verdura y los minerales están presentes en todos los alimentos.

Debes distinguir entre dieta vegetariana y dieta vegana, pues es un concepto que a menudo se confunden.

Una dieta vegetariana elimina las proteínas de origen animal excepto el huevo, la leche y sus derivados.

Sin embargo, una dieta vegana elimina todos los alimentos que no tengan un origen vegetal, es, por tanto, más restrictiva y más difícil de hacer. (Herrera, 2016, pág. 13)

1.5.4 Realización de una dieta

Realizar una dieta de adelgazamiento, por otra parte, es un proceso más o menos largo que requiere un cambio de hábitos y costumbres que luego deberemos mantener. Es decir, hay que ser paciente y constante pero los resultados serán muy gratificantes tanto a nivel psíquico como físico.

Asimismo, la dieta de adelgazamiento debe garantizar una leve reducción del aporte calórico, una correcta alimentación y una modificación definitiva de los hábitos alimentarios para evitar el famoso efecto “rebote”.

Es recomendable, en cualquier caso:

- Realizar entre 4 o 5 comidas al día: desayuno, media-mañana, comida, merienda y cena. Es muy importante no saltarse ninguna para no sentir ansiedad y evitar, así, picar entre horas de forma indiscriminada.
- Comer despacio y masticar bien los alimentos.
- Beber abundante agua, pero sin forzar al organismo. Se recomienda beber 1.5 litros de agua al día entre comidas. También puede tomarse en forma de infusiones o caldos.
- Usar sal yodada, pero sin abusar. Intentar sustituirla o combinarla con otro tipo de condimentos (limón, ajo, vinagre, granos de mostaza, pimentón, pimienta, orégano, perejil, y/o cualquier tipo de hierba aromática).
- Sustituir los alimentos refinados por integrales (pan integral, pasta integral, arroz integral...).
- Evitar o disminuir la ingesta de:

1. Azúcares y alimentos azucarados (azúcar, miel, pasteles, postres preparados, helados, natillas, *bollería*, frutas en almíbar, mermeladas con azúcares añadidos...). En caso de no

poder acostumbrarse al sabor natural de los alimentos es preferible usar edulcorantes artificiales, aunque sin abusar de ellos.

2. Grasas y aceites. Evita el uso de mantequilla y margarinas. Intenta usar, tanto para aliñar como para cocinar, un mínimo de 2 cucharadas soperas al día de aceite de oliva virgen de primera presión en frío. (Aprovecho para recordarte que también es recomendable el consumo de 1 cucharada de postre de aceite de lino crudo al día para cubrir las necesidades de ácidos grasos omega 3.).

3. Cocciones grasientas y muy calóricas: fritos, rebozados... Las cocciones más adecuadas son: hervidos, al vapor, al horno, a la plancha, salteados, en su jugo, al microondas y papillote (envuelto en papel de aluminio y al horno hasta que se hincha).

4. Bebidas alcohólicas, zumos envasados y bebidas refrescantes azucaradas. En ocasiones especiales opta por zumos naturales, bebidas de tipo light o alcohol de muy baja graduación.

5. Productos lácteos enteros (leche, quesos, yogures, postres lácteos): es preferible optar por alternativas de origen vegetal o usarlos desnatados.

6. Zumos de fruta. (Basulto, 2003, pág. 15)

1.5.5 ¿Qué beneficios puedo obtener de este estilo de alimentación?

En Julio del 2009 la Asociación Dietética Americana estableció en uno de sus documentos oficiales que una dieta vegetariana bien elaborada puede ayudar a combatir algunos tipos de enfermedades crónicas como la obesidad o la hipertensión. Además, se ha encontrado en algunos estudios que las personas que han eliminado el consumo de carnes rojas eliminan un posible factor de riesgo para el desarrollo del cáncer de colon.

1.5.6 ¿El riesgo de enfermedades se disminuye con una dieta vegetariana?

Además, muchas investigaciones concluyen que el consumo de carnes, y principalmente las rojas, son un factor de riesgo para varios cánceres (o incluso la gran mayoría de los cánceres), siendo el cáncer de colon (intestino grueso) uno de los más inducibles. Ahora se está comenzando a considerar a la proteína de origen animal, como clave en el desarrollo de la gran mayoría de los cánceres.

Otras enfermedades que se disminuye el riesgo con una dieta vegetariana, incluyendo ayunos, son la diabetes, la insuficiencia renal, daños hepáticos, enfermedades resultado por auto anticuerpos, así como la demencia.

Los vegetarianos tienen mejor funcionamiento gastrointestinal debido a la menor probabilidad de tener constipación (algo muy desagradable por los efectos negativos en la absorción de sustancias tóxicas acumuladas de la materia fecal, además del malestar psíquico que a muchos provoca), menor acidez, menor divertículos, entre varios beneficios demostrados. Incluso el reflujo esofágico es menos frecuente en vegetarianos que en omnívoros. (Megyes, 2014, pág. 22)

1.6 Sitios donde expenden comida vegetariana.

El Ecuador cuenta con casi diez restaurantes de comida vegetariana, uno de ellos es “Viva Más y Mejor”, local que se especializa en comida típica ecuatoriana con versiones vegetarianas.

Rosa Tomalá Tumbaco, de 59 años, está detrás de estas creaciones, son 15 años que ofrece a su clientela platos saludables libres de productos dañinos para la salud.

Las sopas son las preferidas de sus comensales. Entre ellas están el caldo de bolas, caldo de salchicha de lenteja, chupe de berenjena, sopa de mote con garbanzo (similar a un caldo de pata), cebiche de hongos negros o chochos y menestrón.

Uno de los platos que no solo llaman la atención por su presentación sino por su preparación es el llapingacho. Esta receta la sirve con tortillas de papa y con un huevo, no de ave sino uno que ella prepara. Para simular la clara usa leche de soya y para la yema, zanahoria.

En el restaurante “Viva Más y Mejor” la carta contiene más de 20 especialidades de caldos y sopas, así como diez platos fuertes que se ofrecen de lunes a domingo, como almuerzo. Todas estas opciones, dice Tómalá, son condimentadas con cebolla blanca, colorada, pimientos verde y rojo, y tomate, según el sabor que se desee obtener. “No usamos leche ni huevos, ni condimentos procesados. Todo es natural”, sostiene.

Tómala, quien ha realizado varios cursos de comida vegetariana, asegura también que muchos clientes siguen este tipo de alimentación para mejorar su estado de salud o aliviar ciertas enfermedades. “Nosotros, por ejemplo, servimos colada de soya con avena, pero endulzamos con stevia (planta) en lugar de usar azúcar, por las personas que tienen diabetes”, expresa.

Tómala se convirtió en vegetariana a los 24 años. Su cambio de alimentación lo hizo luego de descubrir que padecía artritis, enfermedad que la ha llevado a mantener un estilo de vida más saludable. “A través de la experiencia de estos años he cambiado varias recetas. La cocina es una ciencia y yo también me quedo sorprendida por todo lo que hago ahora”, dice.

Los lunes y miércoles los almuerzos cuestan \$ 2,50 en este local; los martes, jueves y viernes cobra \$ 2,25. (Navarrete, 2014, pág. 12)

A. FASES DEL PROYECTO

1. Estudio de Mercado

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales. Por una parte, se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios. En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico. (Emprendedor, pág. 16)

2. Estudio Técnico

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad

del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, podemos realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (Portales, 2011, pág. 4)

3. Estudio Administrativo Legal

Busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. Representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores. Existen varias clases de organigramas en una empresa que definen los distintos organismos o cargos que conforman la estructura organizacional. (Hernandez, 2013, pág. 2)

4. Estudio Económico Financiero

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros. (Sanchez, 2015, pág. 14).

5. Estudio de Lugar o Espacio

Riobamba conocida también como la sultana de los andes es una de las ciudades más antiguas del Ecuador, se encuentra localizada en la cordillera de los andes rodeada de varios volcanes como: Chimborazo, el Tungurahua, el Altar, el Carihuairazo. La ciudad de Riobamba se fundó en 1534 el 15 de agosto por Diego de Almagro. (MUNICIPAL, 2014)

La primera ciudad española en el Ecuador. El hecho, histórico, se realizó cerca de la laguna de Colta, lugar donde se asentó Riobamba colonial hasta antes del terremoto de 1797. El 15 de agosto de 1534 se funda la ciudad de Santiago de Quito, con su cabildo de soldados y sus 67 vecinos, nombrados de entre quienes manifestaren su deseo de quedarse. Lo realiza Diego de Almagro. (MUNICIPAL, 2014)

Riobamba conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Corazón de la Patria” por su historia y belleza, es la capital de la provincia de Chimborazo. Se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.754 mts. a nivel del mar, cerca de diversos volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuayrazo.

La ciudad fue fundada en 1534 cerca de la laguna de Colta. Posteriormente se trasladó hasta el lugar que ocupa hoy en día. Durante un breve período, tras la fundación de la República del Ecuador, fue la capital del país.

Según el censo de población de 2001, la ciudad tenía 134.808 habitantes. La superficie delimitada por el perímetro urbano de la ciudad es de 1150,2 km².

En Riobamba, la sultana de los Andes, se encuentra La estatua de Pedro Vicente Maldonado, primer científico de Sudamérica, se lo puede observar el centro de la plaza principal de Riobamba. Claro que de espaldas a la catedral (la cual conserva su fachada original), por su condición de ateo. Maldonado participó de la primera misión geodésica, acompañando a los franceses. Triangulaban puntos cercanos al Ecuador, para conocer la longitud de un meridiano.

Riobamba es una ciudad serrana, en el centro del país. Hace doscientos cinco años un terremoto la arrasó por completo. Luego de un breve lapso la reconstruyeron muy cerca de donde se había erigido originalmente.

La economía de Riobamba se basa principalmente en la comercialización de productos agrícolas, se realizan grandes ferias de expendio de productos los días sábados en los mercados de la ciudad: San Francisco, La Merced, La Condamine, San Alfonso, Mercado Mayorista (al Sur).

La comida tradicional de Riobamba es el hornado (cerdo horneado con mote y lechuga en jugo avinagrado), ceviche de chochos (chochos en salsa natural de tomate con cuero, tostado y ensalada de cebolla), tortillas (papa, carne al jugo, huevo, ensalada), jugo de sal (jugo de carne con huevos ligeramente fritos y limón).

El mercado La Merced, es un sitio tradicional, donde se expende el Hornado más rico del Ecuador. (Rivadeneira, Historia de Riobamba, 2010).

1.1 Gastronomía de Riobamba

La gastronomía de Riobamba es muy variada, debido a variedad de productos con los cuales son elaborados los platos tradicionales, hay platos que son representativos de casi toda la región Sierra, como el Hornado, estos productos son un deleite para propios y extraños.

La Sultana de los Andes tiene sus propios platos típicos como el caldo de patas, el ají de cuy, los quesillos, el cauca, en dulce de frutas, guayaba, membrillo y manzana; los dulces de leche, las cholitas guameñas, panes chicos elaborados con harina de trigo, panela, moyuelo y manteca de chanco; entre las bebidas tenemos la deliciosa chicha, harina de maíz fermentado; las canelitas, está compuesto de agua hervida con azúcar, canela y licor; mistelas, compuestos de jugos, azúcar y esencias con licor. (Ecuador, 2013).

IV. MARCO CONCEPTUAL.

ALIMENTACIÓN: Es la acción y efecto de alimentar o alimentarse, es decir, es un proceso mediante el cual los seres vivos consumen diferentes tipos de alimentos para obtener de estos los nutrientes necesarios para sobrevivir y realizar todas las actividades necesarias del día a día. (Significados, 2016)

COLESTEROL: Enfermedades Cardiovasculares. (trans)

COMIDA: Acción de tomar alimentos a una hora determinada del día. (Farley)

DIABETES: Enfermedad por una concentración alta de azúcar. (Farlex)

DIETA: Consumo habitual de alimentos. (Dictionary T. f.)

GRASAS SATURADAS: Se encuentra principalmente en la grasa animal. (trans)

LÁCTEOS: Relativo de la leche. (Diccionario)

NUTRIENTES: Productos químicos para sus funciones vitales. (Dictionary T. f.)

PRODUCTOS ORGÁNICOS: Son aquellos que fueron producidos mediante técnicas no contaminantes. (Pizarro, 2010)

SALUDABLE: Conservas aptas para el consumo. (Definicion)

SOBREPESO: Vinculado a la grasa corporal, que suele denominarse obesidad, se genera a partir de una ingesta excesiva de alimentos grasosos. (Porto, 1016)

VEGETARIANO: Comida que excluye los productos de origen animal. (Dictionary T. f.)

V. DESARROLLO DEL PROYECTO

Emprendedor es una persona que descubre una oportunidad de trabajo que permita tener un negocio propio, tener decisiones e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o engañosas, tiene riesgos para sobresalir con nuevos retos, tiene propósitos y las mejores respuestas con la innovación garantizando así un nuevo emprendimiento creado por el hombre.

Siempre mantiene un espíritu afanoso para innovar productos y ofrecer a los distintos mercados del país.

Un emprendedor siempre tiene el propósito de progresar, tener éxito, sobresalir con lo que se ha propuesto generando un constante crecimiento donde permita verse las ganancias del negocio aplicando todo lo que se va aprendiendo en la vida diaria.

Las personas se hacen emprendedoras al ejercer nuevas fuentes de trabajo, creando empresas, ofreciendo plazas de trabajo en beneficio propio y de sus trabajadores.

Un emprendedor debe tener una visión clara, precisa y concisa, para poder ejercer su liderazgo dentro de la organización, debe tener mente positiva para realizar lo planificado, permitiendo que el ambiente en que se labora sea agradable y se trabaje a gusto.

Un proyecto es una idea, es un conjunto de actividades y procesos que se debe seguir paso a paso para llegar al objetivo planteado donde debe ser cumplido por los periodos establecidos manteniendo clara las situaciones como presupuestos donde debe ser positivo el proyecto y viable.

Al momento de realizar un proyecto se debe tener ideas claras de lo que se quiere realizar ya sea individual o grupal, debe ser viable y beneficioso tanto para el que realiza el proyecto como para los que van a ejecutarlo.

La importancia de un proyecto permite soñar, tener nuevas ideas, arriesgarse siempre y cuando vaya con la buena creatividad del emprendedor para aprovechar las oportunidades que se le presentan en las actividades económicas y sociales.

VI. FASES DEL PROYECTO EMPRESARIAL

A. LLUVIA DE IDEAS PARA IDENTIFICAR PRODUCTOS/BIENES O SERVICIOS.

Cuadro 1: Valoración de alternativas

SERVICIO	CARACTERISTICAS	PROBLEMA/ NECESIDAD O SATISFACCION
1. Propuesta de factibilidad de una pizzería en la ciudad de Riobamba	Pizza en horno de leña	Satisfacción de los clientes
2. Propuesta de factibilidad de un restaurante de comida vegetariana en la ciudad de Riobamba	Con productos orgánicos	Mejorar la alimentación de las personas para prevenir enfermedades
3. Propuesta de factibilidad para la creación de una panadería en la ciudad de Riobamba	Pan elaborado en horno de leña	Tener una mejor satisfacción de los clientes

Fuente: Idea del autor

Elaborado por: (Pirca, 2016)

La necesidad de diagnosticar, planificar y diseñar proyectos ha sido ampliamente reconocida por diferentes sectores económicos y sociales es por ello que al desarrollar un plan de negocios buscamos dar inicio a un estudio de factibilidad, que nos permitirá crear una oportunidad del negocio que contribuya al desarrollo socio económico de la provincia y el país.

B. SELECCIÓN INICIAL DE LAS IDEAS PARA PROYECTOS

Tabla 1: Valoración de alternativas

CRITERIO IDEA	NIVEL DE INNOVACIÓN	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO	REQUERIMIENTO CAPITAL	TENDENCIA NACIONAL	TOTAL
1. Propuesta de factibilidad de una pizzería en la ciudad de Riobamba	4	4	5	4	4	21
2. Propuesta de factibilidad de un restaurante de comida vegetariana en la ciudad de Riobamba	5	5	5	5	5	25
3. Propuesta de factibilidad para la creación de una panadería en la ciudad de Riobamba	3	5	4	4	4	20

Fuente: Lluvia de Ideas

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

Dentro de la selección de las ideas planteadas se ha valorado a cada una de ellas, permitiendo seleccionar la más importante y factible para la creación de un restaurante de comida vegetariana en la ciudad de Riobamba, con el motivo de mejorar la salud de las personas brindando productos de buena calidad.

C. EVALUACIÓN FINAL DE LA IDEA

Tabla 2: Evaluación de la idea

CRITERIO IDEA	BARRERAS DE ENTRADA	DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA	COSTO DEL PRODUCTO	TOTAL
1. Propuesta de factibilidad de una pizzería en la ciudad de Riobamba	4	4	5	4
2. Propuesta de factibilidad de un restaurante de comida vegetariana en la ciudad de Riobamba	5	5	5	5
3. Propuesta de factibilidad para la creación de una panadería en la ciudad de Riobamba	3	5	4	4

Fuente: Lluvia de Ideas

Elaborado por: (Pirca, 2016)

D. JUSTIFICACIÓN

Con la creación de un restaurante de comida vegetariana se ayudará a mejorar la salud de las personas para que puedan cambiar el ámbito alimenticio y prevenir enfermedades, teniendo en cuenta que la comida que se ingiere en la actualidad es perjudicial para la salud por la mala alimentación.

A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Hay personas que, por su trabajo, por alguna calamidad o simplemente por darse un gusto acuden a varios restaurantes que existen en la localidad. Existen diferentes tipos de restaurantes de acuerdo al paladar de cada persona por ejemplo Restaurante Gourmet, Restaurante de especialidades, Restaurante Familiar. Todos estos restaurantes preparan

alimentos tradicionales, no ofrecen alimentos vegetarianos, el cual permita cambiar el hábito de alimentación.

Existe muy poca información de lo que es ser un vegetariano, pues bien, se refiere a la exclusión de ciertos alimentos de la dieta en favor de otros que los reemplacen para asegurar una correcta nutrición. Una dieta vegetariana permite controlar el peso de forma más eficaz y menos conflictiva, ya que se puede adoptar hábitos saludables a largo plazo que modifiquen el estilo de vida. (Neumark-Sztainer, 2008, pág. 18)

Hay vegetarianos, Veganos, Lacto-ovo vegetariano, Lacto-ovo vegetariano, Lacto vegetarianos, Ovo vegetarianos, Vegetarianos parciales, Crudívoros vegetarianos, Frugívoro todos estos han suprimido de su alimentación las carnes rojas, el cerdo, pollo y el pescado ó marisco, pero incluyendo a su alimentación los lácteos y huevos. (Sánchez, 2016, pág. 22)

Adoptar una dieta vegetariana bien combinada implica tener una buena salud, de acuerdo al tipo de alimentos que le suministras a tu cuerpo depende la mayor parte de enfermedades que padece incluido el cáncer porque nunca pones atención a lo que comes y generalmente utilizas alimentos muy ácidos y de bajo poder nutritivo que lo único que están haciendo es engordarte y que cada día tengas una dolencia diferente. (Jiménez, 2013, pág. 16)

Las dietas vegetarianas son muy satisfactorias desde el punto de vista nutritivo, además esta dieta es baja en grasas y prácticamente no tiene ingesta de grasas saturadas ni colesterol, es muy rica en fibra, lo que favorece el tránsito intestinal y previene determinados tipos de cáncer como el de colon y recto, por otro lado, al ser baja en grasas también suele ser baja en calorías por lo que hay una menor incidencia de obesidad y menor riesgo de llegar a padecer diabetes de tipo 2. (Vega, 2016, pág. 22).

Los beneficios que nos brinda la dieta vegetariana es una excelencia porque mantiene un corazón saludable, ayuda a mantener y perder peso alejando los riesgos potenciales de sufrir de colesterol alto, diabetes, derrame cerebral y arteriosclerosis, desintoxicarás el cuerpo y en consecuencia te sentirás más lleno de energía y saludable. (Beccaglia, 2014, pág. 35)

El vegetarianismo es muy saludable cuando se realiza de una manera equilibrada, teniendo en cuenta que la persona debe ingerir todos los nutrientes necesarios.

Los alimentos que se consumen al ser vegetarianos son las frutas, las verduras de hoja verde obscuro, las verduras naranjas o amarillos oscuros, legumbres, granos enteros, sustitos de la carne, por ejemplo, las proteínas, el seitan.

Nuestro país no es excepción en el consumo de comida vegetariana, pero no hay muchas alternativas.

Restaurantes de comida vegetariana lo podemos solo ubicar en las ciudades turísticas como por ejemplo Quito, Otavalo y Baños. (Comidas tradicionales en Ecuador, 2013).

La **Comida Vegetariana** es la solución para aquellos problemas, la apertura de un restaurante amplio, tranquilo, que ofrezca a sus clientes comida sana, baja en colesterol y grasa.

Es por ello que se vio la necesidad de emprender un restaurante donde se le ofrezca al cliente comida sana, aparte de que se le ofrezca un ambiente cómodo y tranquilo, teniendo en cuenta que el cliente es lo primero y se merece la mejor calidad de servicio.

Dentro del restaurante se mantendrá un equipo de trabajo muy honesto y capacitado, con nuestra especialidad la comida vegetariana, ofreciendo y generando trabajo.

Ofrecerá a la comunidad una alimentación saludable apta al consumo humano, brindando una dieta acorde a cada persona y así favoreciendo a su calidad de vida, para la satisfacción de cada uno de nuestros clientes.

Su regreso será nuestro mayor logro, haciéndonos saber que el trabajo realizado está yendo por un buen camino.

B. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO

Restaurante Vegetariano "HOUSE GREEN"

C. TIPO DE EMPRESA

El Restaurante Vegetariano "HOUSE GREEN" es una microempresa de servicio, porque se va a brindar comida vegetariana, es industrial porque vamos a producir nuestro propio producto dentro del primer restaurante, manteniendo una empresa comercial dando a conocer nuestro producto logrando así reducir muchas enfermedades manteniendo una alimentación saludable que sea apto para el consumo humano.

VII. MISIÓN

El Restaurante vegetariano "HOUSE GREEN" es un emprendimiento de prestación de servicios que ofrece alimentos con altos estándares de calidad, con personal calificado y cumpliendo con las normas de manufactura, para así satisfacer los más exigentes paladares de los clientes.

VIII. VISIÓN

El Restaurante vegetariano "HOUSE GREEN" busca ser un restaurante líder, constituirnos como franquicia, con nuestra especialidad de comida vegetariana, con materia prima de óptima calidad, equipos de alta tecnología y talento humano, capacitado; en un periodo de 3 años.

IX. OBJETIVO

Ofrecer a la comunidad una alimentación saludable en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, a través de la instalación e implementación de un restaurante de comida vegetariana que permita mejorar la calidad de vida de las personas.

X. POLÍTICAS

- Aplicar métodos de sanitación al realizar la producción de la materia prima.
- Aprovechar los nutrientes de los alimentos.
- Trato justo y esmerado a sus colaboradores

XI. ESTRATEGÍAS

Aplicar métodos de sanitación al realizar la producción de la materia prima.

- Aplicar las normas de BPM
- Usar adecuadamente las técnicas y métodos de elaboración.
- Realizar productos de calidad haciendo uso de las normas de sanitación e inocuidad.

Aprovechar los nutrientes de los alimentos.

- Seleccionar proveedores
- Verificar la materia prima al ingresar a la bodega.
- Aplicar técnicas y métodos adecuados según el producto a utilizar.

Trato justo y esmerado a sus colaboradores

- Realizar el proceso de reclutamiento, selección e inducción.
- Incentivos a los colaboradores.
- Capacitación cada 2 meses a los colaboradores

XII. VALORES Y PRINCIPIOS

A. Axiológicos

- Honestidad
- Nobleza
- Sinceridad
- Lealtad.

B. Trabajo

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Tolerancia.
- Respeto

XIII. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS

A. Distingos Competitivos

El emprendimiento es diferente porque se va a entregar productos de buena calidad a cómodos precios, se realizará montajes llamativos al servir los respectivos platos a nuestros clientes y así puedan degustar de una manera diferente de la gastronomía vegetariana.

B. Ventajas Competitivas

Nuestra ventaja competitiva es la presentación de la imagen de nuestro personal, en cuanto a la atención al cliente, se lo hará sentir cómodo y confortable, motivando su regreso, como estrategia tenemos:

- Un cumpleaños será homenajeado con el plato estrella de la casa.
- Dar una rosa a las damas que estén presentes en el establecimiento en ocasiones especiales.

XIV. FODA

Cuadro 2: Foda

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Personal altamente calificado• Tenemos una infraestructura adecuada• Tenemos habilidades para trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none">• No se tiene una imagen corporativa posicionada• Falta de parqueadero para los clientes• No disponemos de tiempo completo
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Las tasas de interés bajas• No existe una competencia potencial• Precio competitivo en el mercado	<ul style="list-style-type: none">• Competencia a futuro• Situación económica y política del país• Seguridad del sector

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

XV. METODOLOGÍA APLICADA

A. Universo

Para determinar el universo de investigación de este proyecto de emprendimiento se ha tomado a 28.533 habitantes que corresponden a la Parroquia Lizarzaburu de la ciudad de Riobamba. Dato proporcionado por el "CONCEJO NACIONAL ELECTORAL", del cual solamente nos centraremos en los rangos de edad de 20 a 45 años: 7.067 habitantes, de este número de habitantes se delimito a las personas por el ámbito económico medio y alto: 2.896 habitantes.

B. Muestra

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula para población finita pues conocemos el número de habitantes de la siguiente manera.

$$n = \frac{N}{1 + (N - 1)Me^2}$$

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = Población (2.896 habitantes)

Me= Confiabilidad: 5% → 0,05

$$n = \frac{2.896}{1 + (2.896 - 1)0.05^2}$$

n=78 Encuestas

C. Estratificación

Una vez aplicada la fórmula se definió la aplicación de 78 encuestas que permitió determinar la factibilidad del restaurante dentro de la parroquia lizarzaburu de la ciudad de Riobamba.

XVI. Instrumentos o técnicas a utilizarse

Para la ejecución de este trabajo de emprendimiento se aplicó la técnica cuantitativa, porque se realizó encuestas, metodología descriptiva que permitió obtener datos reales en la parroquia lizarzaburu de la ciudad de Riobamba el mismo que consta en el Anexo 1.

XVII. Fuentes de investigación

- **Fuentes primarias**

Para tener la fuente primaria se realizó una encuesta que permitan determinar la factibilidad del restaurante vegetariano, obteniendo información individual de los criterios de las personas de la parroquia lizarzaburu.

- **Fuentes secundarias**

Se tomó información de textos, artículos de revistas, varios documentos que permita tener mejores resultados, del consejo electoral se ha tomado resultados para tener mejor información.

XVIII. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

PREGUNTA N:01

1. Piensa usted que sería factible la implementación de un restaurante vegetariano en el sector del hospital de solca en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo?

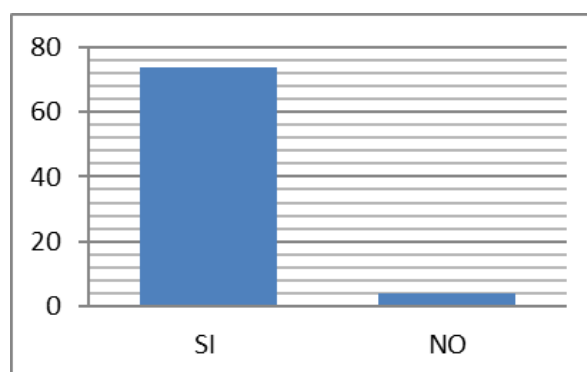
Tabla 3: Factibilidad del restaurante vegetariano

INDICADOR	FA	FR%
SI	74	95%
NO	4	5%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 1: Factibilidad del restaurante vegetariano



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Del total de personas encuestadas el 95% de encuestados mencionaron que es factible la implementación de un restaurante vegetariano en la parroquia lizarzaburu frente al hospital de solca de la ciudad de Riobamba, mientras que solamente un 5% piensa que no es necesario la implementación del restaurante. La mayoría está de acuerdo por el motivo que es algo nuevo para mejorar la salud de los consumidores.

PREGUNTA N:02

2. Si se llegara a implementar el restaurante de comida vegetariana que logotipo recomendaría usted:

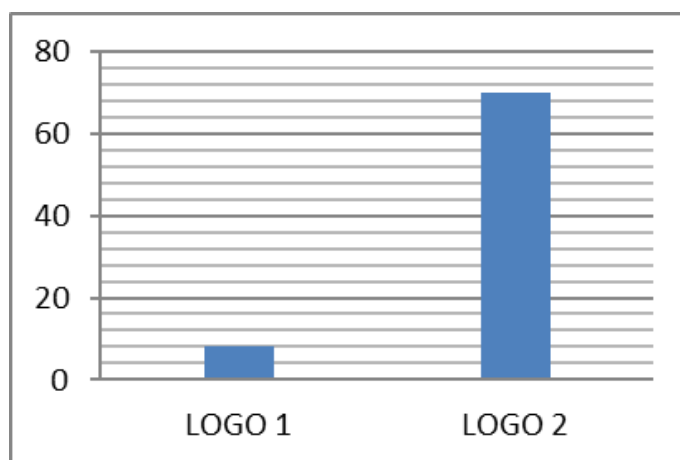
Tabla 4: Elección del logotipo

INDICADOR	FA	FR%
LOGO 1	8	10%
LOGO 2	70	90%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 2: Elección del logotipo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

De acuerdo a los resultados obtenidos de acuerdo a las encuestas se demostró un total de 78 encuestas para determinar el logo del restaurante vegetariano, un 90% corresponde a 70 encuestas que les gusta el segundo logo y el 10% se indicó que el primer logo no es el adecuado. Estos datos nos ayudó a implementar el logo del restaurante.

PREGUNTA N:03

3. Qué piensas de la comida vegetariana?

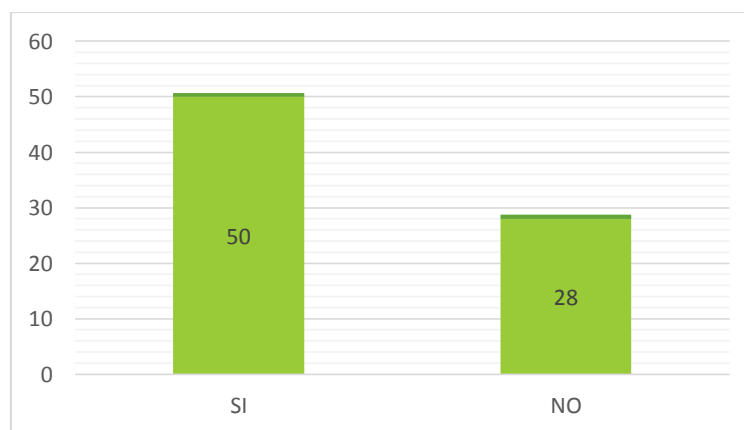
Tabla 5: El consumo de comida vegetariana

INDICADOR	FA	FR %
MODA	0	0%
NUTRICION	66	85%
ESTILO DE VIDA	8	10%
DIETA	4	5%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 3: El consumo de comida vegetariana



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANALISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En cuanto al criterio de la comida vegetariana el 85% opino que el consumo de la comida vegetariana es por nutrición mientras que el 10% indicó que es por un estilo de vida y un 5% piensa que consumen por tener una dieta dentro de su alimentación. Con los datos obtenidos podemos determinar que la comida vegetariana es un estilo de nutrición para las personas.

PREGUNTA N:04

4. Si existiera un restaurante que le ofrecería comida saludable (vegetariano) estaría usted dispuesto a consumir en el restaurante?

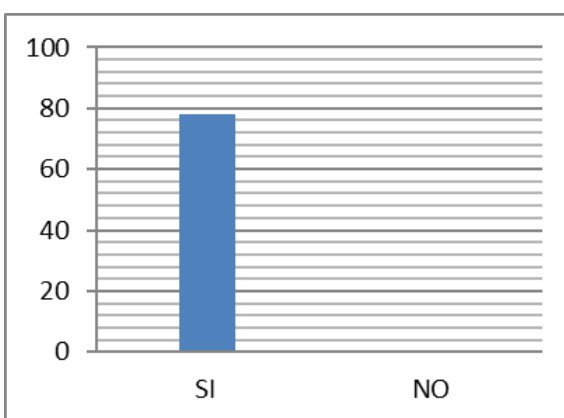
Tabla 6: Si consumiría en el restaurante

INDICADOR	FA	FR%
SI	78	100%
NO	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 4: Si consumiría en el restaurante



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Según los datos obtenidos un 100 % si estarían dispuestas las personas a consumir en el restaurante si se acercarían al restaurante vegetariano, permitiendo que esto ayuda a mejorar la salud.

PREGUNTA N:05

5. En promedio usted cuánto estaría dispuesto a pagar en un restaurante(vegetariano) a la semana?

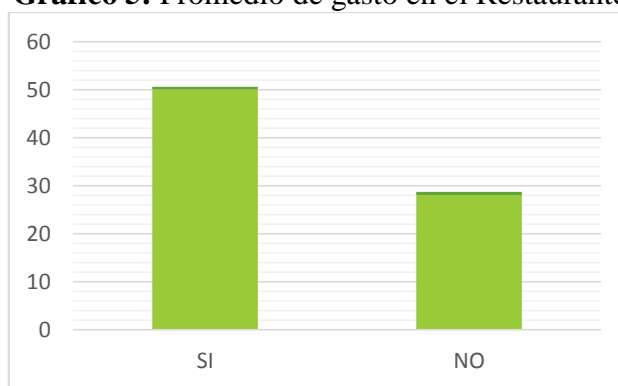
Tabla 7: Promedio de gasto en el Restaurante

INDICADOR	FA	FR%
50,00 \$	15	19%
40,00 \$	60	77%
30,00 \$	3	4%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 5: Promedio de gasto en el Restaurante



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Los datos demuestran un 77% estaría dispuesto a realizar un gasto de 40\$ a la semana, el 19% por 50\$ y el 4% por 30\$ a la semana por la comida vegetariana. Estos datos ayudan a tener un mejor concepto para determinar un valor adecuado que está dispuesto a gastar semanalmente cada cliente que visite el restaurante vegetariano.

PREGUNTA N:06

6. Cuando solicitaría este servicio?

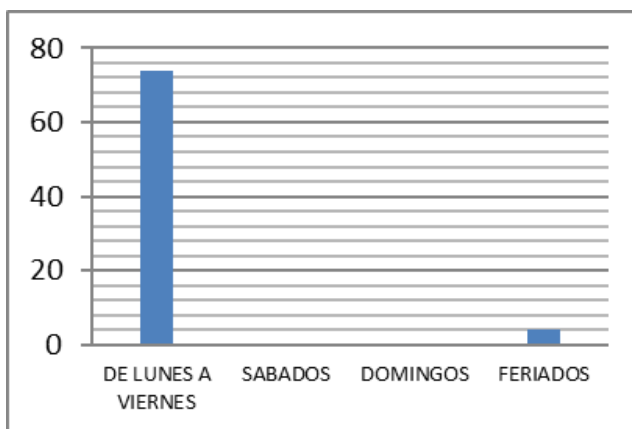
Tabla 8: Atención para los clientes

INDICADOR	FA	FR%
DE LUNES A VIERNES	74	95%
SABADOS	0	0%
DOMINGOS	0	0%
FERIADOS	4	5%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 6: Atención para los clientes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Según los datos arrojados por las encuestas un 95% requiere de un restaurante de comida vegetariana de lunes a viernes durante todo el día y un 5% opto que se abra los feriados. Con estos datos permite tener claro el horario de atención.

PREGUNTA N:07

7. Usted acudió a restaurantes de comida vegetariana o similares?

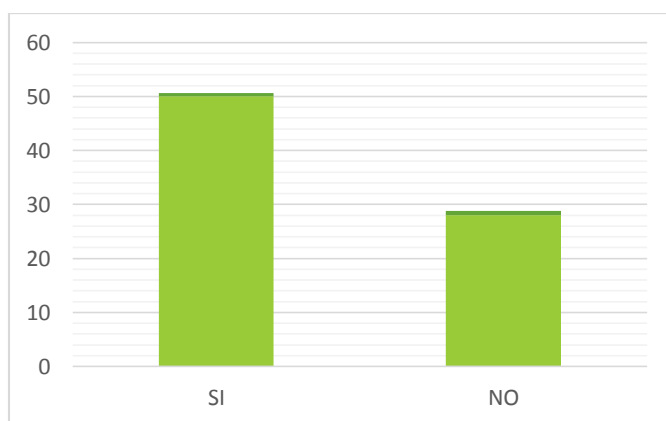
Tabla 9: Acuden a restaurantes vegetarianos

INDICADOR	FA	FR%
SI	50	64%
NO	28	36%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 7: Acuden a restaurantes vegetarianos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Un 64% sí ha acudido a un restaurante vegetariano a consumir una variedad de preparaciones y un 36% no ha acudido a un restaurante vegetariano. Pero consideran que si existiera otro restaurante vegetariano asistirían para cambiar la manera de alimentarse, augurando que se siga incrementando más restaurantes.

PREGUNTA N:08

8. De los lugares mencionados en la pregunta anterior usted se encuentra satisfecho con el producto y servicio recibido.

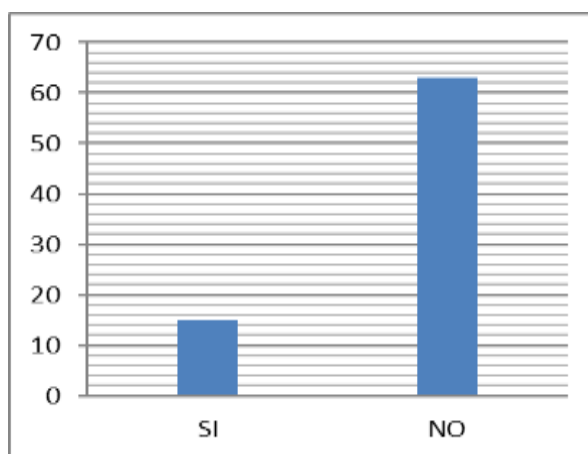
Tabla 10: Satisfacción en otros restaurantes

INDICADOR	FA	FR%
SI	15	19%
NO	63	81%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 8: Satisfacción en otros restaurantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Con los resultados obtenidos se determina que un 81% no está satisfecho en los establecimientos donde acuden a comer y un 19% están satisfechos en algunos restaurantes donde consumen comida vegetariana. Esto ayuda a tener una aceptabilidad para la creación del restaurante, donde la prioridad será tener satisfechos a todos los clientes que visiten el establecimiento.

PREGUNTA N:09

9. En qué medio de publicidad le gustaría que demos a conocer de nuestro restaurante (vegetariano).

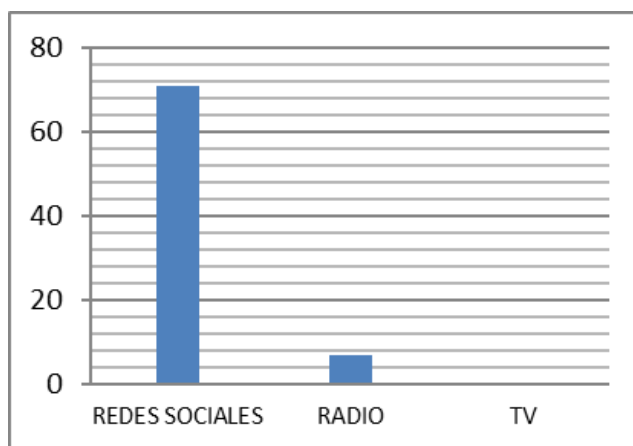
Tabla 11: Medios de Comunicación

INDICADOR	FA	FR%
REDES SOCIALES	71	91%
RADIO	7	9%
TV	0	0%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 9: Medios de Comunicación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Un 91% optó que se dé a conocer el restaurante vegetariano por medio de las redes sociales, un 9% que se dé a conocer por medio de la radio. Tomando en cuenta que las personas optaron que es más fácil llamar la atención por las redes sociales este medio ayuda a mejorar al establecimiento por el motivo que va ser más reconocido.

PREGUNTA N:10

10. Cuál de estas promociones le gustaría que se implemente dentro del restaurante vegetariano?

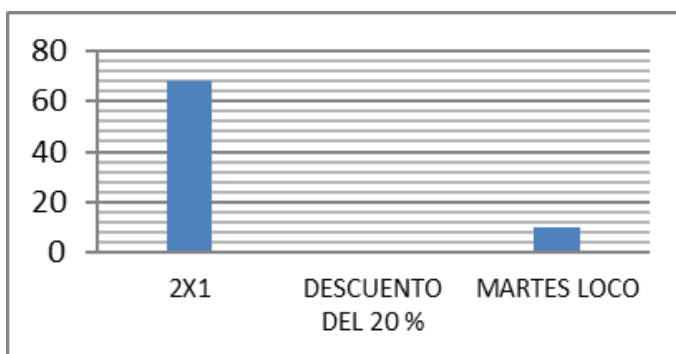
Tabla 12: Promociones para el Establecimiento

INDICADOR	FA	FR%
2X1	68	87%
DESCUENTO DEL 20 %	0	0%
MARTES LOCO	10	13%
TOTAL	78	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 10: Promociones para el Establecimiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En cuanto a la promoción de acuerdo a la opinión de las personas encuestadas el 87% prefiere que se realice promociones de 2x1 en el restaurante vegetariano, mientras que un 13% menciona que sería importante implementar la promoción de martes loco. Esta respuesta ayuda para implementar en el establecimiento.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

A. DEMANDA

La demanda se la puede definir como el deseo o necesidad que tiene la población de un determinado lugar por un producto o un servicio con la que se puede dar lugar a la comercialización o compra, de esta manera la demanda es un producto se dará mediante el consumidor.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a la población que pertenece a la parroquia Lizarzaburu, obtuvimos como resultado lo siguiente: El 95% manifestaron que estarían dispuesto a consumir en el restaurante de comida VEGETARIANA

II. DETERMINACIÓN DEL MÉTODO DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

No existe información histórica, por lo tanto, se tomó información de la encuesta aplicada a los habitantes para que nos ayude a tener una información más clara precisa de lo que se quiere implementar dentro de la parroquia lizarzaburu de la ciudad de Riobamba.

III. OFERTA

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. Principalmente ayuda a ofrecerá cada uno de los clientes los productos que se pueden encontrar en todo establecimiento con preparaciones similares.

IV. CRECIMIENTO POBLACIONAL

Tabla 13: Crecimiento Poblacional

AÑOS	POBLACION	PROYECCION GEOMETRICA	CRECIMIENTO POBLACIONAL
2015	14135	1	14135
2016	14135	1,01	14348
2017	14135	1,03	14565
2018	14135	1,04	14785
2019	14135	1,06	15008
2020	14135	1,07	15235

Fuente: (electoral c. n., 2010)

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 11: Crecimiento Poblacional



Fuente: (electoral c. n., 2010)

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Esto permite que la población ira creciendo, siendo esto una oportunidad para el restaurante vegetariano, se pretende implementar en la parroquia lizarzaburu de la ciudad de Riobamba.

V. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA

Tabla 14: Proyección de la Demanda

AÑOS	POBLACION	ACEPTABILIDAD	POBLACIO OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL	CON. ANUAL.
2016	14.135	95%	13.428	53.713	644.556
2017	14.348	95%	13.631	54.522	654.269
2018	14.565	95%	13.837	55.347	664.164
2019	14.785	95%	14.046	56.183	674.196
2020	15.008	95%	14.258	57.030	684.365
2021	15.235	95%	14.473	57.893	694.716

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 12: Proyección de la Demanda



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

En la proyección de la demanda se puede observar que la duración es de 5 años teniendo una población que no está satisfecha con otros establecimientos con un 95% de la población que su consumo anual va creciendo durante cada año a partir de 644.556 hasta el quinto año que aspira llegar a 697.406.

VI. PROYECCION DE LA OFERTA

Tabla 15: Proyección de la Oferta

AÑOS	POBLACION OBJETO	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	OFERTA LOCAL	OFERTA DE RESTAURANTE
2016	13.428	644.556	6.785	19%	1.289
2017	13.631	654.269	6.887	19%	1.309
2018	13.837	664.164	6.991	19%	1.328
2019	14.046	674.196	7.096	19%	1.348
2020	14.258	684.365	7.204	19%	1.369
2021	14.473	694.716	7.313	19%	1.389

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 13: Proyección de la Oferta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

La proyección de la oferta fue realizada para 5 años teniendo una población que está satisfecha con un 65% con los restaurantes que expenden comida vegetariana en lugares dentro de la ciudad de Riobamba y prolongando a 5 años que tendrá una cantidad más alta de la inicial, el primer año es de 1.289 y dentro de los 5 años 1.389.

VII. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

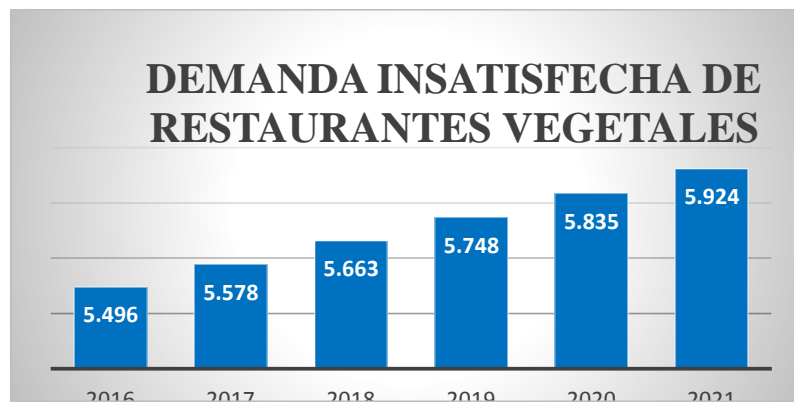
Tabla 16: Demanda Insatisfecha

AÑOS	POBLACION OBJETO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	13.428	6.785	1.289	5.496
2017	13.631	6.887	1.309	5.578
2018	13.837	6.991	1.328	5.663
2019	14.046	7.096	1.348	5.748
2020	14.258	7.204	1.369	5.835
2021	14.473	7.313	1.389	5.924

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 14: Demanda Insatisfecha



Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INTERPRETATIVO

Después de haber realizado el cálculo de oferta y demanda se procedió a aplicar la fórmula de demanda insatisfecha, determinando que en el proyecto de emprendimiento, la demanda es mayor que la oferta por lo tanto existe demanda insatisfecha, primer indicador del proyecto que muestra que se puede continuar con el estudio del mismo.

VIII. Servicio

El Restaurante Vegetariano "HOUSE GREEN" es una microempresa de emprendimiento de tipo servicio, porque brinda comida vegetariana, es una empresa industrial porque se va a producir nuestro propio producto dentro del restaurante, manteniendo una empresa comercial así damos a conocer nuestro producto logrando reducir muchas enfermedades manteniendo una alimentación saludable que sea apto para el consumo humano.

También se da a conocer nuevos platos creados en el establecimiento donde pueden degustar de todas las preparaciones siempre y cuando sea adecuado para tener una buena alimentación, que sea saludable. Se oferta variedad de preparaciones como entradas, platos fuertes, ensaladas, tipos de bebidas como jugos naturales, etc.

A. Slogan

EL PLACER DE COMER SALUDABLE

El slogan del restaurante vegetariano es fundamental por lo cual la frase es quien le da una diferencia de otros establecimientos, donde permite demostrar que es lo que se busca dentro de los clientes para así brindar un placer a la cada una de las personas manteniendo una alimentación sana que les ayude a mejorar la salud.

B. Logo de la Empresa

El logo para el restaurante vegetariano se realizó una consulta de opinión a las personas en el cual el logo que tuvo mayor aceptación es el siguiente.



C. Colores de Identificación

El logo fue diseñado con el significado de la psicología de los colores mismos que permite diferenciar a la mayoría de los consumidores, los colores que fueron utilizados para el diseño del logo tipo son los siguientes:

VERDE CLARO: Significa juventud, esperanza, naturaleza y está relacionado con la naturaleza.

CAFÉ: Nos da a conocer el positivismo, la lealtad ayuda a dar apetito a la comida y la comodidad de las personas.

BLANQUECINO VERDOSO: Nos representa una diversión, innovación y un toque de juventud son los colores representativos para poder conocer al establecimiento por lo visualiza de los colores llamativos.

D. IDENTIDAD CORPORATIVA



La tarjeta de presentación del establecimiento permite entregar a los clientes para que tengan una mejor publicidad y permitan recomendar el establecimiento y ser más reconocido, por el motivo que esta acoplado en una tarjeta pequeña para que las personas lo guarden, dentro de la tarjeta consta el nombre del establecimiento, su logo y datos personales del propietario.

IX. MIX DE MERCADO

Precio

El precio se va a determinar mediante el estudio económico financiero del proyecto de emprendimiento sin embargo se tomará en cuenta los precios de la competencia para fijar el precio de los productos y servicios del restaurante, así como también el cliente pagará lo justo por un producto que sea elaborado con los mejores ingredientes y con un buen sabor.

Distribución

Para el canal de distribución se ha determinado que unen el producto y servicio del restaurante vegetariano con los consumidores del restaurante, por este motivo vamos a tener un canal de distribución entre la producción y el consumidor, no tendremos intermediarios donde debemos demostrar que el cliente este satisfecho con el personal del establecimiento con la ayuda de su ubicación que está en un lugar estratégico como es al frente del hospital de solca esto nos ayuda a tener una mejor aceptabilidad.

Comunicación

Los medios de comunicación ayudaran a mejorar el nivel de actividades que nos permitan estimular una mejor forma de publicidad como son las redes sociales, radio, televisión, son los medios principales que nos permite llegar a las personas de la ciudad de Riobamba. Debe ser atractiva, pero, a la vez, manejable y fácil de leer esto nos ayudara a conocer las promociones que se tiene en el restaurante vegetariano.

X. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO O MERCADO OBJETIVO.

Cuadro 3: Segmentación de Mercado

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
GEOGRÁFICA	
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad	Riobamba
Parroquia	Lizarzaburu
Número de habitantes de la parroquia lizarzaburu	28.533 habitantes
Edad	(20 - 45 años)
Población por edad (20 - 45 años)	7.067 habitantes
Total PEA (Población Económicamente Activa)	2.896
Densidad	Urbana
Clima	Templado
DEMOGRÁFICA	
Nacionalidad	Ecuatoriano
Género	Masculino y femenino
PSICOGRÁFICA	
Clase social	Media, media- alta, alta.
Personalidad	Conservador
CONDUCTUAL	
Beneficios pretendidos	Calidad, buen servicio, buen ambiente.
Grado de lealtad	Fuerte
Actitud hacia el producto	Calidad, Buena atención, conformidad

Fuente: (electoral C. n., 2016)

Elaborado por: (Pirca, 2016)

XI. COMPETENCIA

Teniendo en cuenta que el restaurante HOUSE GREEN (nombre del restaurante del proyecto) tiene una apertura nueva, para tener mejores beneficios para los clientes de la parroquia lizarzaburu de la ciudad de Riobamba, existen restaurantes similares que expenden comida vegetariana.

Tabla 17: Competencia del Restaurante

ESTABLECIMIENTOS	DIRECCIÓN
Restaurante Vegetariano Loto Rojo	Diego de Almagro 25-36 y Orozco, Riobamba, Ecuador
El Vip Café	Pichincha entre 10 de Agosto y Primera Constituyente
Restaurante Bonny	Primera Constituyente y Darquea
Restaurante Vegetariano Zen Wei	Princesa Toa 43-29 y calicuchima
Chifas	En todo Riobamba

Fuente: Encuesta

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

Se determina que el resto de establecimientos donde expenden comida vegetariana son competitivos porque tienen mucha variedad que les permite llevar un nivel medio por el motivo que no tienen mucha salida. Esto beneficia que al restaurante tenga una mejor recopilación de información y poder mejorar para que el establecimiento de comida vegetariana pueda brindar cumplir una mejor satisfacción y así puedan preferir al restaurante HOUSE GREEN y permite estar por encima de los otros establecimientos.

XII. ANÁLISIS DEL SECTOR

El restaurante vegetariano estará ubicado frente al HOSPITAL DE SOLCA de la parroquia lizarzaburu de la ciudad de Riobamba, donde es reconocido por su ubicación que se encuentra frente al hospital de Solca. Por su categoría y privilegio del establecimiento se da a conocer para que ayude a tener una mejor acogida dentro de la parroquia, es un lugar donde existe movimiento de personas tanto del sector como las personas que trabajan y llegan al hospital esto ayuda a tener una mejor salida para el restaurante.

XIII. CARGOS Y FUNCIONES DEL ÁREA COMERCIAL

Se encargará de toda el área de servicio y atención al cliente, con funciones adicionales como el aseo del área del consumidor y el buen trato a cada uno de los clientes por el motivo que tiene constante comunicación siempre debe tener una buena manera de expresión, por el motivo que de una buena atención siempre siendo muy respetuoso con cada uno de ellos.

1.1 FICHA PROFESIOGRÁFICA

Cuadro 4: Ficha de la Cajera y Mesera

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	CAJERA Y SERVICIO	1	0	10:00 a 22:00	Lunes a sábado
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Administrativo/Ventas		30 de Julio del 2016		\$ 741,74	
<p>RESUMEN DEL CARGO Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros administrativos y de ventas.</p> <p>FUNCIONES Realización del cobro hacia los comensales Atención al cliente Bienvenida</p> <p>PERFIL Ser Ing. Contable, conocimientos de atención al cliente. Experiencia mínima 2 año en cargos similares Licencia de conducir Sexo indistinto Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

XIV. DETERMINACIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL

Tabla 18: Inversión del área comercial

MUEBLES	TIPO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CARTEL CON NOMBRE DEL LOCAL	DE 4 m de ancho x 1 m de alto	1	25	25,00
MENÚ BOARD	De 90 cm de alto x 50 com de ancho	1	12	10,53
BARRA	Madera	1	450	394,74
SILLA PARA LA BARRA	Rodante	1	20	17,54
MESAS	Madera	4	25	21,93
SILLAS	Madera	16	15	13,16
LAMPARAS	Ruaticas	3	12	10,53
MANTELES	Tela	4	8	32,00
CUBRE MANTELES	Tela	4	5	20,00
SERVILLETA	Tela	4	3	12,00
LIMPIONES	Tela	8	3	24,00
TELEVISION	PLASMA DE 50'P	1	700	700
EQUIPO DE AUDIO	SONY	1	480	480
COMPUTADORA		1	500	500
AIRE ACONDICIONADO	Sony	2	350	700
CUADROS		4	20	80,00
ESPEJOS		3	7	21,00
FLOREROS	Plastico	3	5	15,00
SEÑALETICA	De 30 cm x 15 cm	8	4	32,00
BOTIQUIN	De primeros Auxilios	1	15	15,00
EXTINTOR	Nitrogeno Liquido	1	50	50,00
			TOTAL	3174,42

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Tabla 19: Gastos del Área Comercial

INVERSIÓN	GASTOS	ANUAL
Tarjetas del establecimiento	50	200
Volantes	75	300
Gigantografías	25	100
Página web	35	140
Radio	15	60
TOTAL	200	800

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

I. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA EMPRESA

CI= CAPACIDAD INSTALADA
CR= CAPACIDAD REAL
CO= CAPACIDAD OCIOSA
FORMULA:
CI=CR+CO
100=24-76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

La capacidad real del establecimiento es de 24 personas que está dispuesto a ocupar en un momento que esté lleno el establecimiento, tenemos una capacidad instalada de 100 personas y una capacidad ociosa de 76 personas.

II. CAPACIDAD DE LA PLANTA

Tabla 20: Capacidad de la planta

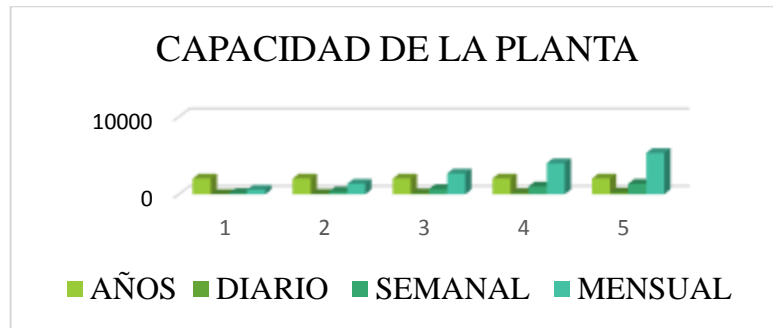
AÑOS	POBLACION OBJETIVO	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
2016	13.428	24	145	580	6961
2017	30.939	56	334	1337	16039
2018	61.877	111	668	2673	32077
2019	92.816	167	1002	4010	48116
2020	123.755	223	1337	5346	64155
		581	3486	13946	167347

PRODUCCION	2016	2017	2018	2019	2020
DIARIA	24	56	111	167	223
SEMANAL	145	334	668	1002	1337
MENSUAL	580	1337	2673	4010	5346
ANUAL	6961	16039	32077	48116	64155
POBLACION OBJETIVA	9726	19782	37548	55314	73080

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Gráfico 15: Capacidad de la planta



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

La capacidad se determinó según la maquinaria que se tiene en el restaurante para la producción diaria de los alimentos que se va a brindar en el restaurante.

III. DETERMINACION DE LA LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Tabla 21: Localización de la planta

DIRECCION	PARROQUIA
ESMERALDAS Y ENRRIQUE BARRIGA	LIZARZABURU
VELOZ Y PICHINCHA	MALDONADO
AYACUCHO Y LA PAZ	CISNEROS

N°	PARAMETROS	LIZARZABURU	MALDONADO	CISNEROS
A	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	5	3	4
B	VIA DE COMUNICACIÓN	5	3	3
C	SERVICIOS BASICOS	3	3	3
D	MANO DE OBRA DIRECTA	4	4	2
E	CONDICION SOCIO ECONOMICAS	3	3	4
F	ASPECTOS LEGALES - INSENTIVOS TRIBUTAI	2	2	4
G	COSTO Y DISPONIBILIDAD DE MEDIO DE TRA	2	5	4
H	COSTO Y DISPONIBILIDAD DE SEGURIDAD	4	1	2
I	INFLUENCIA DEL CLIMA	5	3	2
J	PROXIMIDAD DEL MERCADO	5	3	4
	TOTAL	38	30	32

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
12	11	9	10	10	8	11	7	10	12	100

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

El restaurante estará ubicado en un lugar estratégico, en nuestro caso está proyectado frente al hospital de Solca del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.

Gráfico 16: Localización de la planta



Fuente: (map, mapa del Ecuador, 2016) (map, provincia de Chimborazo, 2016) (map, cantón Riobamba, 2016) (map, Frente al hospital de Solca, 2016)

Realizado por: (Pirca, 2016)

DESCRIPCIÓN

MACRO: Región Interandina País Ecuador, Provincia de Chimborazo.

MICRO: Cantón Riobamba, Parroquia Lizarzaburu, calles Esmeraldas lote 9 y Enrique Barriga.

IV. RECETA ESTANDAR

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	HAMBURGUESA DE LENTEJA			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LENTEJA	900	900	gr	0,8	c/lb	1,59
APANADURA	200	200	gr	1,25	c/lb	0,55
HUEVOS	2	2	u	0,15	c/u	0,00
PIMIENTOS	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
CEBOLLA COLORADA	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
TOMATE	600	600	gr	0,5	c/lb	0,66
LECHUGA	200	200	gr	0,3	c/lb	0,13
CEBOLLA PERLA	200	200	gr	0,5	c/lb	0,22
SAL						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS					
C.I.F 30% (PV)	0,34		ÁLISIS CÁRNI		C. VARIABLE	3,37
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,70		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,24
U1=PV-ΣCP	0,43		FC=1+D		TOTAL	3,61
U2=P.V.S-PV	0,37		D=10%		C. PAX	0,36
U neta= U1+U2	0,80		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
			#¡REF!		P.V	1,13
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Realizado por: (Pirca, 2016)

V. PROCESO DE PRODUCCION DEL PRODUCTO

1. ADQUISICION DE MATERIA PRIMA

Se realiza la adquisición de compra de todos los ingredientes siguiendo los requerimientos de la orden de compra, verificando el estado de la materia prima.

2. RECEPCIÓN

Al tener la materia prima seleccionada se verifica las características de los alimentos de esta manera continuaremos con el siguiente proceso.

3. LAVADO

Posteriormente se realiza el proceso de lavado en el cual dejamos al producto libre de la mayoría de impurezas y contaminaciones que posee al adicionar diferentes químicos para su proceso de cultivación o producción.

4. MISE EN PLACE

Se realiza todo el mise en place teniendo a punto todos los ingredientes, realizando los cortes de la manera correcta, y los procesos necesarios para la elaboración de las preparaciones.

5. PRODUCCION

Iniciamos con la transformación a los alimentos aplicando correctamente los diferentes métodos y técnicas de cocción cuidando, conservar sus características organolépticas.

6. MONTAJE

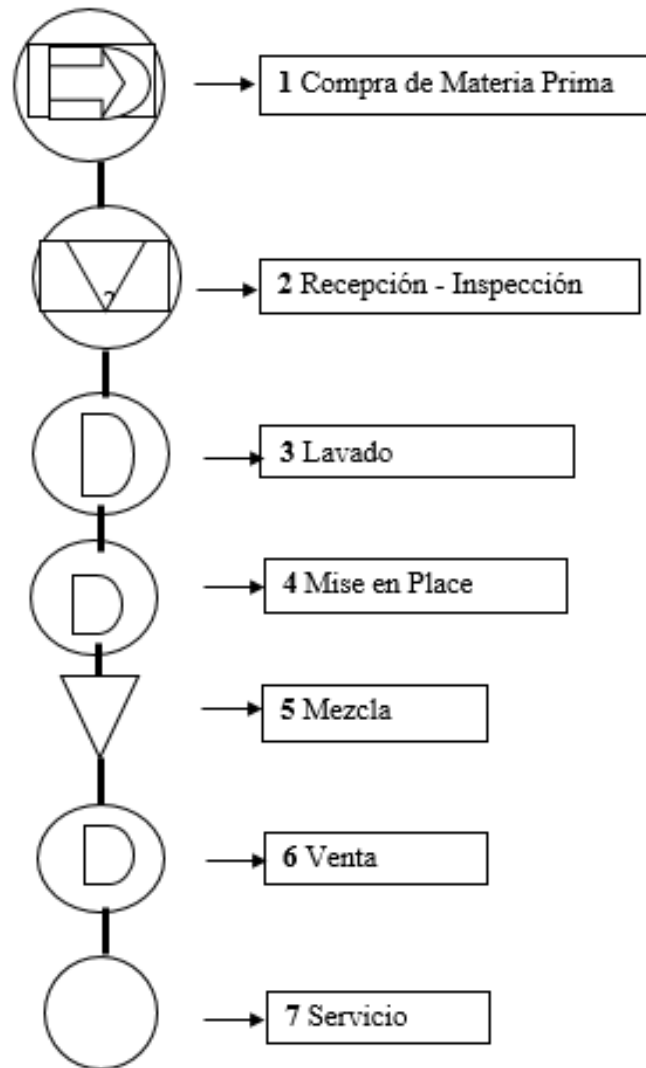
Realizamos el montaje de los diferentes menús se lo realiza tomando en cuenta diferentes parámetros, altura, salsas, carbohidrato.

7. SERVICIO

Se verifica la temperatura adecuada de la preparación, preocupándose por las necesidades de los clientes.

A. FLUJO GRAMA DE PRODUCCIÓN

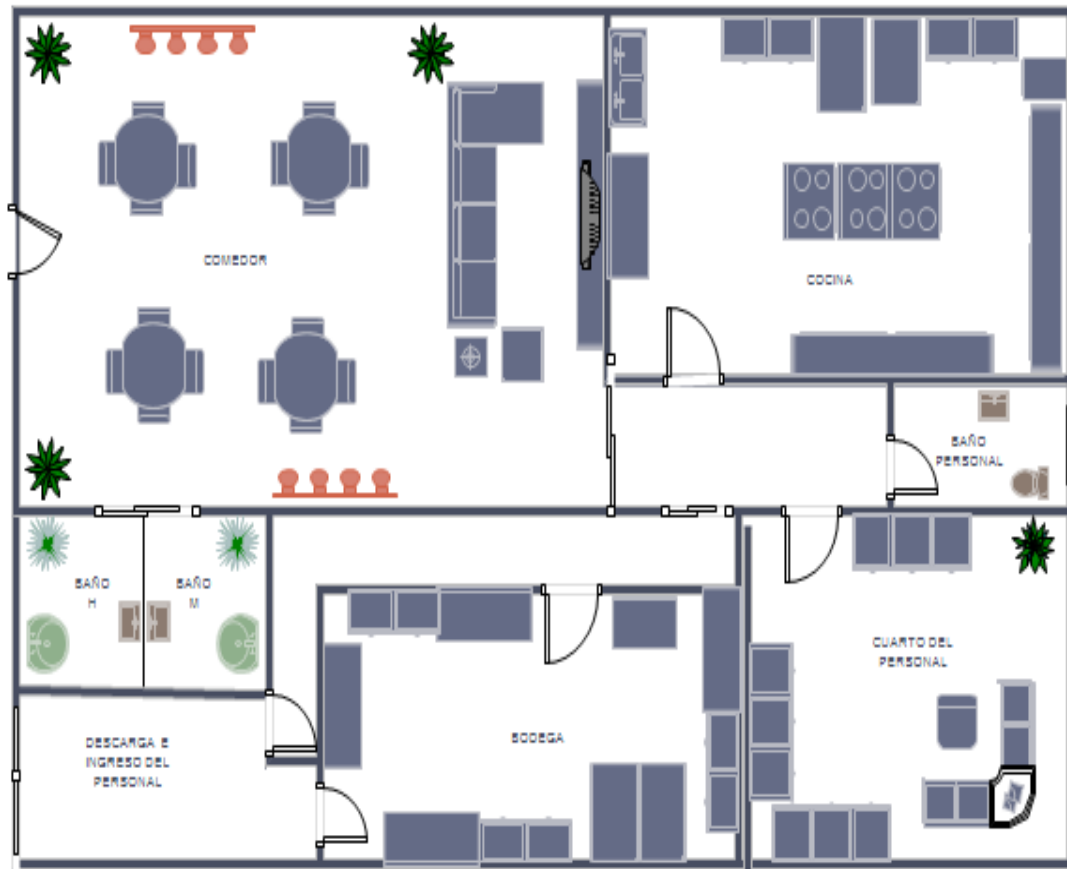
Gráfico 17: Proceso de producción



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

VI. DISEÑO DE PLANTA

Gráfico 18: Diseño de la planta



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

El plano está estructurado por 7 partes que consta el comedor, área de cocina, baño del personal, vestidores del personal, bodega, servicios higiénicos y el ingreso del personal. Cada una de las áreas está completamente estructurada para que esté acorde a todo lo necesario para el establecimiento donde se va puede observar cada una de sus áreas para que este con buena distribución y pueda cumplir con todo lo necesario para brindar una buena atención hacia los clientes que van a venir al restaurante vegetariano “HOUSE GREEN”.

VII. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

Cuadro 5: Ficha del Chef

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	CHEF	1	0	6:00 a 14:00	LUNES A SABADO
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración	Salario Neto	
Producción			30 de Julio del 2016	\$371,97	
<p>RESUMEN DEL CARGO Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de la producción y venta.</p> <p>FUNCIONES Dirigir y proveer de materia prima al establecimiento. Operar cualquier sistema contable – Financiero. Verificar documentos contables A cargo de la cocina y distribución del personal</p> <p>PERFIL Ser Lic. Gestión Gastronómica. Experiencia mínima 1 año en cargos similares Licencia de conducir Sexo indistinto Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Cuadro 6: Ficha de ayudante de cocina

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	N°	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	Ayudante de cocina	1	0	8:00a 16:00	Lunes a sábado
Área	A quien reporta	Fecha de elaboración		Salario Neto	
Producción		30 de Julio del 2016		\$369,40	
<p>RESUMEN DEL CARGO Será titular del puesto deberá llevar completamente en orden todas las preparaciones que realicen, ayudando a la producción con ayuda del chef.</p> <p>FUNCIONES Elaboración de productos Realización del mise en place Verificación de todas las preparaciones. Realización de todas las preparaciones que estén dirigidas por el chef.</p> <p>PERFIL Ser gastrónomo Experiencia mínima 3 año en cargos similares Licencia de conducir Sexo indistinto Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

CAPITULO IV

ANALISIS DE LA INVERSION

I. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

A. Consumo de servicios básicos

Cuadro 7: Servicios básicos

SERVICIOS BASICOS	DETALLE	CANTIDAD	PROVEEDOR	VALOR	VALOR TRIMESTRAL
AGUA	Potable		EMAPAR	35	105
LUZ	110 v		EMPRESA ELECTRICA RIOBAMBA	15	45
ENERGIA ELECTRICA	220 v		EMPRESA ELECTRICA RIOBAMBA	25	75
INTERNET			ANDINATEL	20	60
TELEFONO			ANDINATEL	10	30
			TOTAL MENSUAL	105	315
			TOTAL ANUAL	1260	630
			SER. BASICOS	75	225
			OTOS SERVICISO	30	90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

Los servicios básicos son fundamentales dentro del restaurante porque ayuda para la producción y la atención al cliente para brindarles un mejor servicio donde permita brindar un mejor producto y la decoración del restaurante, permite ver con otra expectativa donde que cada uno de los clientes van a sentirse completamente satisfechos y a gusto por todo lo que tiene el restaurante.

B. Combustible

Cuadro 8: Combustible

COMBUSTIBLE	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO	PROVEEDOR	VALOR
GAS	3	Anual	50	MAS GAS	150
GASOLINA	24	Anual	10	PRIMAX	2880
				TOTAL ANUAL	3030

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Análisis

Los combustibles que se requieren para el restaurante constantemente dentro y fuera del establecimiento se necesitan un valor de 3030 dólares anual para poder cubrir estos gastos del establecimiento.

C. Mantenimiento

Cuadro 9: Mantenimiento de la Maquinaria

MANTENIMIENTO DE EQUIPO , INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	COSTO	PROVEEDOR	VALOR
REFRIGERADORA	3	Anual	80	ELECTROBAHIA	240
HORNO	3	Anual	70	HORNOS ANDINOS	210
MICROONDAS	3	Anual	30	BUEN HOGAR	90
COCINA	3	Anual	100	HORNOS ANDINOS	300
				TOTAL ANUAL	840

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

Dentro de este procedimiento se permite dar a conocer los equipos que necesitan constantemente un mantenimiento para que este en perfectas condiciones y no se dañe, por este motivo debemos tener un presupuesto de 295 dólares anuales para dar el mantenimiento de los materiales de trabajo del restaurante.

D. Depreciación

Tabla 22: Depreciaciones activo fijo

BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	PORCENTAJE	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
EQUIPO DE COMPUTO	1200,00	3	33%	396,00	268,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3975,26	10	20%	795,05	318,02
VEHICULOS	5000,00	5	20%	1000,00	800,00
EDIFICACIONES	18200,00	20	5%	910,00	864,50
MUEBLES Y ENSERES	447,04	10	10%	44,70	40,23
AUDIOVISUAL	1180,00	5	33%	389,40	158,12
TOTAL DEPRECIACIONES ANUALES					2448,87

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Análisis

De cada uno de los bienes tienen un porcentaje que se va depreciando poco durante su vida útil por el motivo que por año tiene el valor que se va depreciando poco a poco.

E. Materia prima directa

Tabla 23: Materia Prima

RECETA	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
HAMBURGUESA DE LENTEJA	4	24	96	288	1152	0,34	388,31
LASAGÑA DE VEGETALES	22	132	528	1584	6336	0,61	3.838,58
CANELONES DE RICOTA	8	48	192	576	2304	0,88	2.023,93
MILANESA DE ACELGA	9	54	216	648	2592	0,38	978,37
MINI PIZZA VEGETARIANA	25	150	600	1800	7200	0,49	3.518,48
MARNE FALSA DE FREJOL CON ENSALADA DE VERDURAS	7	42	168	504	2016	0,74	1.489,35
RATATOUILLE	15	90	360	1080	4320	0,42	1.821,30
SPAGHETTI CON TOMATE, HIERVAS Y MOZARELA	9	54	216	648	2592	0,60	1.560,85
ALBONDIGAS VEGETARIANAS DE CALABAZA	8	48	192	576	2304	0,64	1.478,94
ESTOFADO VEGETARIANO	6	36	144	432	1728	0,59	1.017,16
GALLETAS DE AVENA Y GUINEO	15	90	360	1080	4320	0,32	1.389,25
FLAN DE AVENA	20	120	480	1440	5760	0,37	2.129,55
HELADO DE GUINEO CON NUECES , ALMENDRAS Y PASAS	15	90	360	1080	4320	0,37	1.589,07
PANCAKE VEGETARIANO CON MERMELADA DE MORA	8	48	192	576	2304	0,38	867,60
TARTA DE MELON	8	48	192	576	2304	0,38	866,80
BATIDO DE FRUTOS ROJOS	8	48	192	576	2304	0,60	1.376,31
BATIDO DE GUINEO Y FRESA	7	42	168	504	2016	0,60	1.216,26
JUGO DE PAPAYA, MANZANA Y PIÑA	12	72	288	864	3456	0,37	1.278,87
BATIDO DE FRUTILLA	17	102	408	1224	4896	0,60	2.927,22
JUGO DE MELON CON MANGO	7	42	168	504	2016	0,32	645,65
	230		TOTAL TRIMESTRAL	16560		COSTO MATERIA PRIMA	32.401,87

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

F. Mano De Obra Directa

Tabla 24: Mano de Obra Directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15%APORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
CHEF DE COCINA	371,97	4.463,64	542,33
AYUDANTE DE COCINA	369,40	4.432,80	538,59
TOTALES:		8.896,44	1.080,92

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

I. CIF

Tabla 25: Costos Indirectos De Fabricación

CIF	P	A	V	VALOR ANUAL
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	50%	20%	30%	840
SERVICIOS BASICOS	60%	10%	30%	675
OTROS SERVICIOS	10%	70%	20%	270
	TOTAL			1785

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

II. REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS AREA PRODUCCIÓN

Tabla 26: Activos Fijos Área de Producción

BIEN	VALOR	AÑOS VIDA	PORCENTAJE	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3975,26	10	20%	795,05	318,02
TOTAL DEPRECIACIONES ANUALES					318,02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

III. PROGRAMA PRE – OPERATIVO

Cuadro 10: Programa pre operativo

PROCESO/ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COSTO
PRUEBAS	Jorge Pirca	
ENSAYOS	Jorge Pirca	
MUESTRAS	Jorge Pirca	90
DEGUSTACIONES	Jorge Pirca	130
CONTROL DE CALIDAD	Jorge Pirca	30
	COSTO ANUAL	250

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

1. PRUEBAS DE ACEPTABILIDAD

Tabla 27: Prueba de la mini pizza

MINI PIZZA VEGETARIANA			
PRUEBA 1		PRUEBA 2	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	INGREDIENTES	CANTIDAD (10)
MINI PIZZA BUITONI	10	MINI PIZZA BUITONI	10
CEBOLLA	60	CEBOLLA	100
PUERRO	60	PUERRO	200
PIMIENTO ROJO	80	PIMIENTO ROJO	80
PIMIENTO VERDE	80	PIMIENTO VERDE	80
BERENJENA	60	BERENJENA	100
CALABACIN	80	CALABACIN	100
ALCAPARRAS	50	ALCAPARRAS	50
PASTA DE TOMATE	200	PASTA DE TOMATE	600
QUESO MOZARELA	140	QUESO MOZARELA	50
ACEITE DE OLIVA	60	ACEITE DE OLIVA	60
SAL		SAL	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

DESCRIPCIÓN

Prueba 1: Nos da un producto en buenas condiciones que todos los ingredientes están completamente con buenas cantidades donde permite tener un producto final apto para el consumo de los clientes.

Prueba 2: Las cantidades no son las adecuadas porque la masa está muy dura y los productos que se utilizan no tienen una buena textura por el motivo que no se aplica correctamente las cantidades necesarias.

Tabla 28: Prueba de lasaña de vegetales

LASAÑA DE VEGETALES			
PRUEBA 1		PRUEBA 2	
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	INGREDIENTES	CANTIDAD (10)
PLACAS DE LASAÑA PRECOCIDAS	380	PLACAS DE LASAÑA PRECOCIDAS	700
ESPARRAGOS	200	ESPARRAGOS	600
CEBOLLA	40	CEBOLLA	40
ZANAHORIA	150	ZANAHORIA	150
CALABACIN	200	CALABACIN	500
QUESO MOZARELA	250	QUESO MOZARELA	250
MANTEQUILLA	150	MANTEQUILLA	150
SALSA DE TOMATE	100	SALSA DE TOMATE	30
ACEITE DE OLIVA	50	ACEITE DE OLIVA	20
PIMIENTA NEGRA		PIMIENTA NEGRA	
AZUCAR	200	AZUCAR	800
SAL		SAL	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

DESCRIPCIÓN

Prueba 1: Está perfectamente la masa y todos los ingredientes están con sus cantidades adecuada para formar la pizza está correctamente con lo necesario.

Prueba 2: No está correcto los ingredientes el sabor no está agradable y la textura y cantidades está muy diferente y no tiene buen sabor falta aumentar ingredientes y disminuir cantidades.

2. Control de calidad

Manejar todos los equipos o utensilios correctamente manteniendo la higiene en el momento de utilizar, mantener productos de buena calidad, tener una atención única que permita mantener a los clientes satisfechos y bien cómodos al momento que se encuentre en el establecimiento.

CAPITULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

I. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA (DEFINICION DE AREAS)

La empresa es artesanal y está conformado por la gerencia que se encuentra a la cabeza, está dividido en are de ventas donde se expende las preparaciones y tenemos el área de producción donde se elabora todo el proceso de las preparaciones.

A. Área administrativa

Cuadro 11: Funciones del área administrativa

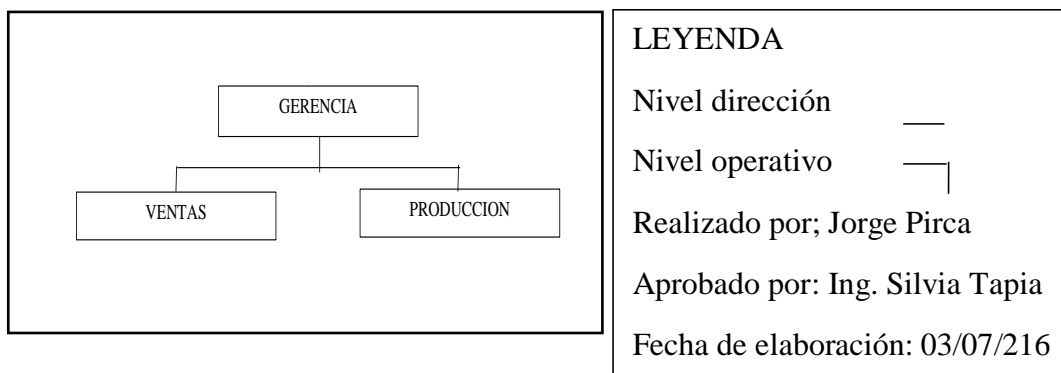
CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES	REMUNERACION
GERENTE/CHEF	Administración	• Manejar todo lo referente a costos	542,33
		• Ingresos y egresos	
		• Supervisa todo el establecimiento.	
			5.005,97

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

II. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Gráfico 19: Organigrama de la Empresa



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

III. PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACION DEL TALENTO HUMANO

A. Descripción de puestos de trabajo

Cuadro 12: Descripción del puesto administrativo

CARGO	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
GERENTE/CHEF	Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar todo lo referente a costos • Ingresos y egresos • Supervisa todo el establecimiento.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Cuadro 13: Perfil del Chef

FICHA DE DESCRIPCION DEL PUESTO					
Departamento	Nombre del puesto	Nº	Personal a cargo	Horario	Jornada
RRHH	CHEF /GERENTE	1	0	6:00 a 14:00	LUNES A SABADO
Área	A quien reporta		Fecha de elaboración	Salario Neto	
Producción			30 de Julio del 2016	\$371,97	
<p>RESUMEN DEL CARGO Será titular del puesto deberá llevar completamente y actualizar de manera precisa los registros de la producción y venta.</p> <p>FUNCIONES Dirigir y proveer de materia prima al establecimiento. Operar cualquier sistema contable – Financiero. Verificar documentos contables A cargo de la cocina y distribución del personal</p> <p>PERFIL Ser Lic. Gestión Gastronómica. Experiencia mínima 1 año en cargos similares Licencia de conducir Sexo indistinto Condiciones físicas y mentales en buen estado.</p>					

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

B. Costos salariales

Tabla 29: Costos Salariales

CARGO	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL
CHEF	371,97	4463,64
AYUDANTE DE COCINA	369,4	4432,8
CAJERA/MESERA	741,74	8900,88

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

C. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción al puesto de trabajo

Cuadro 14: Pasos para selección de personal

PASOS	PROCESO	DETALLE
1	Necesidad de recursos humanos	Se inicia cuando se necesita una vacante, entendiendo como tal la disponibilidad de una tarea a realizar, puesto o desempeño para la empresa.
2	Requisición	El puesto de nueva creación, se notificarán a través de una requisición al departamento de personal.
3	Análisis de puesto	Recibida la requisición de personal se recurrirá al análisis de puesto, con el objetivo de determinar los requerimientos.
4	Fuente de reclutamiento	Es una base de información, mediante el cual la organización ofrece al mercado de recursos humanos para el área de empleos.
5	Solicitud de empleo	El espacio asignado a la oficina de reclutamiento y selección deberá proporcionar las facilidades adecuadas de todos los candidatos.
6	Área donde será recibido los candidatos	La hoja de solicitud es un formato impreso a través del cual un candidato proporciona información personal a una empresa.
7	Solicitud de empleo	Se toma en cuenta según los puestos requeridos para la empresa como llenar formularios o solicitar el empleo.
8	Entrevista inicial	Pretende detectar de manera clara y en el mínimo tiempo posible, los aspectos personales como su personalidad.
9	Entrevista de selección	Tener una conversación de 1 x 1 de los entrevistados para que puedan hablar acerca del empleo.
10	Pruebas psicológicas	En esta etapa del proceso de selección se hará una valoración de habilidad y potenciales del individuo, las posibilidades de futuro desarrollo.
11	Entrevista final	Realiza preguntas que ayuda a garantizar a los trabajadores puede estar dentro de la entrevista el supervisor o el gerente.
12	Solicitud de documentos de candidatos	Revisión de documentos que permita analizar toda la trayectoria de cada una de las personas donde tienen una buena referencia de trabajo.
13	Examen medico	Es el examen médico de admisión reviste una importancia básica en la selección para garantizar la salud el nuevo empleado.
14	Decisión final	La información obtenida es de cada una de los procesos de selección llegando a conclusión del personal necesario de la empresa.

Fuente: (Espinoza, 2016)

Elaborado por: (Pirca, 2016)

IV. MARCO LEGAL

Artesanos

Será considerado ARTESANO, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. La JNDA a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (ARTESANOS, 2014, pág. 2)

A. REQUISITOS PERSONALES:

- Que la actividad sea eminentemente artesanal;
- Que la dirección y responsabilidad del taller esté a cargo del Maestro de Taller.

B. REQUISITOS GENERALES Y LEGALES

- Copia Cédula Identidad
- Copia Certificado de votación (hasta 65 años)
- Foto carné actualizada a color
- Tipo de sangre
- Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

C. Calificaciones primera vez

- Copia de título artesanal

D. Recalificaciones

- Copia de la última calificación y / o título artesanal

E. Calificaciones autónomas

- Declaración de datos (7 años de experiencia en la rama).

Procedimiento

El interesado cumplirá con los requisitos para adquirir el formulario en las diferentes Juntas a nivel nacional. Una vez cumplido esto se realizará la inspección al taller, quienes

determinarán si cumplen o no con lo que determina la Ley y se extenderá la calificación DE TALLER artesanal. (ARTESANOS, 2014, pág. 3)

F. CERTIFICACIÓN DE ARTESANO CALIFICADO

Requisitos y procedimientos

- 1.) Solicitud de certificación de Artesano Calificado.
- 2.) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- 3.) Copia de la última calificación (según el caso).

El interesado deberá adquirir la solicitud de Artesano Calificado a nivel nacional y adjuntar los requisitos para proceder a emitir el correspondiente certificado en el que se hará constar todo el historial del artesano. (ARTESANOS, 2014, pág. 7)

G. DUPLICADO DE CALIFICACIÓN POR: CAMBIO DE DIRECCIÓN, CAMBIO DE RAZON SOCIAL, AUMENTO DE CAPITAL, OTROS

Requisitos

- 1.) Solicitud (Juntas Provinciales, Cantonales).
- 2.) Declaración de datos-JNDA (En el caso de pérdida).
- 3.) Copia de la Cédula Identidad. (ARTESANOS, 2014, pág. 5)

H. PERMISOS REQUERIDOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DEL RESTAURANTE

Los permisos señalados a continuación:

Tabla 30: Permisos requeridos para el funcionamiento del restaurante

PASOS	DESCRIPCION	COSTO	OBSERVACION
1	INSCRIPCION DEL NEGOCIO AL SRI	-	No tiene costo
2	REGISTRO DE PATENTE MUNICIPAL	80	De acuerdo a la dimensión del local
3	PAGO DE VIGILANCIA	60	
4	TASA DE HABILITACION ESTABLECIMIENTO	70	
5	PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD	60	2,50 Por persona
6	PAGO ANUAL DE LOS BOMBEROS	35	
7	REGISTRO AL MINISTERIO DE TURISMO	135	
8	ACTA DE COMPROMISO PARA LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA.	-	No tiene costo
	TOTAL	440	

Fuente: (Publica, 2016)

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

Son todos los permisos necesarios para el funcionamiento de un restaurante en la ciudad de Riobamba esto nos permite tener evitar sanciones de esta manera se puede dar la apertura del establecimiento, tiene un valor final de 289,00 en todos los tramites.

CAPITULO VI

ESTUDIO AMBIENTAL

I. MITIGAR EL IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro 15: Mitigación del Estudio Ambiental

DAÑOS OCACIONADOS POR LOS PROCESOS DE PRODUCCION Y POR LAS ACTITUDES PREOPERATIVAS	MEDIDAS DE MITIGACION	REQUERIMIENTOS	COSTO
EL AGUA	Medición de flujos de agua, mejorar la calidad del agua. Reutilización de agua.	Envases Tanques Valdés Cisterna	30 20 25 40
EL SUELO	Pérdida de productividad de las plantas, mejoramiento del suelo del establecimiento	Norma con nuevo impacto calor	100
EL AIRE	Situación de calidad, clima dentro del establecimiento, mejoramiento del ambiente.	Norma para no contaminar el medio ambiente.	50
		TOTAL	265

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

A. El Agua

Es vital para todo ser vivo, pero se debe culturizar a las personas por el ahorro del agua y ver los beneficios que nos ayuda para no desechar el agua por el sifón, ver las alternativas como por ejemplo pasar el agua por filtros de esa forma no se desperdicia por lo contrario esa agua va a las plantas que se puede tener en el jardín o colocar en tachos el agua para que pueda regar en todas las partes que este plantas poco a poco el agua durante todo el terreno siempre buscando una mejor solución para que sea efectivo todo lo que se planifica realizar, esto

ayuda a tener mejores ingresos para el establecimiento ver que todo esté en correcto funcionamiento.

B. El Suelo

El suelo es muy importante principalmente, pero este tipo de suelo que se tiene dentro de la ciudad de Riobamba es perfecto para que se críe plantas, por lo cual se toma en cuenta para el establecimiento dando a conocer mejores soluciones que ayude a sobresalir al establecimiento y permitiendo ver que es una de las mejores alternativas que se está tomando en cuenta con el propósito de no contaminando el suelo sino ayudar a mejorar que sea un mejor suelo, para poder hacerlo productivo y cultivar un propio alimento.

El mejoramiento del suelo es bueno para que en el restaurante mejore sus ingresos como poner adornos alrededor de lo que está sembrado y siempre mantener una correcta forma de reciclar que ayudan a mantener un lugar donde permita cosechar algo saludable y cuidado por el dueño.

C. El Aire

La región sierra se determina principalmente por su ubicación ecuatoriana, aquí en la ciudad de Riobamba tenemos un clima frío aproximadamente de 8 a 14 °C en el cual dentro de un establecimiento necesitamos calefacción en los momentos donde hace frío porque principalmente por las personas que son de la región costa sienten un clima frío y es algo fundamental que dentro del establecimiento se pueda tener una temperatura normal para que el cliente se sienta a gusto.

Normas que nos ayudara a mejorar el clima o el aire que sea más puro para las personas viendo que es una de las principales acciones que se toma en cuenta dentro del establecimiento porque ayuda a tener una mejor relajación una gran tranquilidad para permitir que se vea a cada uno de los clientes prestando una mejor acogida.

II. ACCIONES REMEDIABLES 3R

Cuadro 16: Acciones remediables 3r

DETALLE	RECICLAR	REDUCIR	REUTILIZAR	COSTO
Desecho de la comida	x	x	x	10,00
Botellas plásticas	x	X	x	5,00
cartones	x	x	x	10,00
			TOTAL	25,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

A. Reciclar

El motivo de reciclar dentro del establecimiento es dar un mejor uso a las cosas que ya no sabíamos utilizar como por ejemplo se va a reciclar el vidrio, aluminio, cartón el plástico la comida que se desecha es una de las mejores formas que podemos hacer es coger y guardar para poder darle otro tipo de uso porque nos va ayudar a realizar otras cosas más prácticas para el propio establecimiento.

Si se tiene este tipo de objetos también es la alternativa de coger guardar y llamar a un recolector que esté acorde a las necesidades de los productos para que esto nos ayuda a evitar enfermedades cortas y muchas enfermedades más que sean malas para la salud.

B. Reducir

Esto método nos ayudara a reducir muchas cosas como principalmente los alimentos ocupar las cantidades necesarias y que no nos sobre para no desperdiciar esta sería uno de los métodos que principalmente se utilizaría , teniendo basureros que se coloque separado lo orgánico e inorgánico como los residuos se puede dar alguna persona que tengan animales para que les pueda dar la comida y no desecha fácilmente sino que se está reduciendo un costo porque se puede cobrar un valor bajo pero lo importante es dar un uso. El agua igual es

muy fundamental en cada cosa que se dé dentro del restaurante ir buscando un mejoramiento con las cosas que se utiliza en exceso.

C. Reutilizar

En este método nos ayudaría a mejorar la economía dentro del establecimiento, lo principal son los recursos naturales donde ayuden a mejorar y no consumir en exceso los productos también al momento de las compras siempre revisar todos los alimentos que este en perfectas condiciones y que no está dañado, se puede realizar otro tipo de preparaciones con productos o preparaciones que sobra siempre y cuando sea beneficio para el establecimiento y sea apto para el consumo humano.

CAPITULO VII

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

I. ANALISIS DE LA INVERSIÓN

Tabla 31: Análisis de la inversión

INVERSIONES DEL PROYECTO			
RUBROS	IN. REALIZADAS	INV. POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSION
1. INVERSIONES FIJAS			46730,08
TERRENOS	15350,00		15350,00
EDIFICACIONES		15964,91	15964,91
VEHICULO DE TRABAJO	4385,96		4385,96
MAQUINARIA Y EQUIPO		3487,07	3487,07
MUEBLES Y ENSERES		432,83	432,83
MENAJE		447,04	447,04
EQUIPO DE COMPUTO	1200,00		1200,00
EQUIPO VISUAL		1180,00	1180,00
OTROS ACTIVOS NO DEPRECIABLES		190,00	190,00
IMPUESTO IVA ACTIVOS DEPRECIABLES		3629,59	3629,59
INPREVISTOS (1 %)		462,67	462,67
2. ACTIVOS DIFERIDOS			1770,53
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		440,00	440,00
GASTOS DE INSTALACION		213,00	213,00
GASTOS DE PROMOCION		200,00	200,00
GASTOS DE ELABORACION DEL PLANO		650,00	650,00
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN		250,00	250,00
IMPREVISTO (1 %)		17,53	17,53
3. CAPITAL DE TRABAJO			6435,35
MATERIA PRIMA		1.350,08	1.350,08
MATERIALES		181,58	181,58
MOD		2495,31	2495,31
MOI		1248,21	1248,21
GLP		330,00	330,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		122,50	122,50
SERVICIOS BASICOS		225,00	225,00
OTROS SERVICIOS		90,00	90,00
CAJA-BANCOS	388		388
CONTINGENCIA (1%)		4,67	4,67
TOTAL DE INVERSION	21323,96	33612,00	54935,96

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

VALOR DEL PRESTAMO

INTERES COMPUESTO			
PRESTAMO			30000
IC- INTERES COMPUESTO		IC-CF-CI	
CF- CAPITAL FINAL		CF-	68386,14
CI- CAPITAL INICIAL			
I- TASA DE INTERES		IC-CF-CI	34686,14
n- NUMERO DE PERIODOS DE TIEMPO			
	ANUAL		6877,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

II. ESTADO DE FUENTES Y USOS

Tabla 32: Fuentes y usos

RUBROS	USOS	FUENTE FINANCIAMIENTO	
		PROPIO	EXTERNO BANCARIO
1. INVERSIONES FIJAS			
TERRENOS	15350,00	15350,00	
EDIFICACIONES	15964,91		15964,91
VEHICULO DE TRABAJO	4385,96	4385,96	
MAQUINARIA Y EQUIPO	3487,07		3487,07
MUEBLES Y ENSERES	432,83		432,83
MENAJE	447,04		447,04
EQUIPO DE COMPUTO	1200,00	1200,00	
EQUIPO AUDIOVISUALES	1180,00		1180,00
OTROS ACTIVOS NO DEPRECIABLES	190,00		190,00
ACTIVO IVA FIJO NO DEPRE	3629,59		3629,59
INPREVISTOS (1 %)	462,67		462,67
2. ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	440		440,00
GASTOS DE INSTALACION	213		213,00
GASTOS DE PROMOCION	200		200,00
GASTOS DE CAPACITACION PERSONAL			
GASTOS DE ARRIENDO			
GASTOS DE ELABORACION DEL PLANO	650,00		650,00
FORMULAS DE PRUEBAS	250,00		250,00
IMPREVISTO (1 %)	17,53		17,53
3. CAPITAL DE TRABAJO			
MATERIA PRIMA	1.350,08		1350,08
MATERIALES	181,58		181,58
MOD	2495,31		2495,31
MOI	1248,21		1248,21
GLP	330,00		330,00
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	122,50		122,50
SERVICIOS BASICOS	225		225,00
OTROS SERVICIOS	90		90,00
CAJA-BANCOS	388	388,00	
CONTINGENCIA (1%)	4,67		4,67
TOTAL DE INVERSION	54935,96	21323,96	33612,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

III. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 33: Costo de Producción

1. COSTO DE PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	66.240,00	68.962,46	71.796,82	74.747,67	77.819,80
MATERIALES	2.178,96	2.268,52	2.361,75	2.458,82	2.559,88
MOD	9.977,36	10.387,43	10.814,35	11.258,82	11.721,56
MOI	4.991,17	5.196,31	5.409,87	5.632,22	5.863,70
GLP	1680	1.680,00	1.680,00	1.680,00	1.680,00
DEPRECIACION DE CONSTRUCCION Y EDIFICIO	864,50	900,03	937,02	975,53	1.015,63
DEPRECIACIONES MAQUINARIA Y EQUIPOS	318,02	331,09	344,70	358,87	373,62
DEPRECIACIONES MUEBLES Y ENSERES	40,23	41,89	43,61	45,40	47,27
MENAJE	447,04	447,04	465,41	484,54	504,46
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTO	268,00	268,00	268,00	268,00	268,00
DEPRECIACION DE AUDIVISUAL	158,12	164,62	171,38	178,43	185,76
OTROS ACTIVOS NO DEPRECIABLES	190,00	197,81	205,94	214,40	223,22
MANTENIMIENTO DE EQUIPO	318,02	331,09	344,70	358,87	373,62
FORMULAS DE PRUEBAS	250,00				
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	1425,00	1.483,57	1.544,54	1.608,02	1.674,11
IMPREVISTOS	462,67	481,69	501,49	522,10	543,56
TOTAL	91.849,10	95.265,38	99.100,73	103.093,70	107.250,79

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

IV. PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 34: Gastos de Administración

2. GASTO DE ADMINISTRACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AMORTIZACION DIFERIDOS	354,11	354,11	354,11	354,11	354,11
SERVICIOS BASICOS	900,00	936,99	975,50	1.015,59	1.057,33
OTROS SERVICIOS	360,00	374,80	390,20	406,24	422,93
TOTAL	1260,00	1311,79	1365,70	1421,83	1480,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

V. PRESUPUESTO DE GASTO DE VENTAS

Tabla 35: Gasto de Ventas

3. GASTO DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	800	832,88	867,11	902,75	939,85
TOTAL	800	832,88	867,11	902,75	939,85

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

VI. CUADRO DE LOS INGRESOS Y EGRESOS

Tabla 36: Ingresos y Egresos

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	141.416,21	147.228,42	153.279,51	159.579,30	166.138,01
(-) COSTO DE PRODUCCION	95.265,38	99.100,73	103.093,70	107.250,79	108.475,24
(=)UTILIDAD BRUTA	46.150,83	48.127,69	50.185,80	52.328,50	57.662,77
(-)GASTOS DE ADMINISTRACION	1.311,79	1.365,70	1.421,83	1.480,27	1.541,11
(-)GASTOS DE VENTAS	832,88	867,11	902,75	939,85	978,48
(=)UTILIDAD OPERATIVA	44.006,17	45.894,88	47.861,22	49.908,38	55.143,18
(-)GASTO FINANCIERO	6.877,23	6.877,23	6.877,23	6.877,23	6.877,23
RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	37.128,94	39.017,65	40.984,00	43.031,15	48.265,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

VII. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 37: Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	141.416,21	147.228,42	153.279,51	159.579,30	166.138,01
(-) COSTO DE PRODUCCION	95.265,38	99.100,73	103.093,70	107.250,79	108.475,24
(=) UTILIDAD BRUTA	46.150,83	48.127,69	50.185,80	52.328,50	57.662,77
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	1.311,79	1.365,70	1.421,83	1.480,27	1.541,11
(-) GASTOS DE VENTAS	832,88	867,11	902,75	939,85	978,48
(=) UTILIDAD OPERATIVA	44.006,17	45.894,88	47.861,22	49.908,38	55.143,18
(-) GASTO FINANCIERO	6.877,23	6.877,23	6.877,23	6.877,23	6.877,23
RESULTADO UTILIDAD Y/O PERDIDA	37.128,94	39.017,65	40.984,00	43.031,15	48.265,95
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO UTILIDADES					
(=) UTILIDAD NETA	37.128,94	39.017,65	40.984,00	43.031,15	48.265,95

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

VIII. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Tabla 38: Estado de situación Financiera

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE (CAPITAL DE TRABAJO)	6435,35	46444,49	44336,19	42305,51	40355,65
ACTIVO FIJO	46730,08	46730,08	46730,08	46730,08	46730,08
DEPRECIACION ACUMULADA		(2.448,87)	(4.897,75)	(7.346,62)	(9.795,50)
ACTIVO DIFERIDO (VALOR ANUAL DE AMORTIZACION)	1770,53	1416,42	1062,32	708,21	354,11
TOTAL DE ACTIVOS	54.935,96	92.142,13	87.230,84	82.397,19	77.644,34
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE (INTERES BANCARIO)		6877,23	6877,23	6877,23	6877,23
PASIVO LARGO P. (CREDITO BANCARO)	34.000,00	27.200,00	20.400,00	13.600,00	6.800,00
TOTAL PASIVO	34.000,00	34.077,23	27.277,23	20.477,23	13.677,23
PATRIMONIO					
CAPITAL	20.935,96	20.935,96	20.935,96	20.935,96	20.935,96
RESULTADO DE EJERCICIOS (UTILIDAD NETA)	-	37.128,94	39.017,65	40.984,00	43.031,15
TOTAL PATRIMONIO	20.935,96	58.064,90	59.953,61	61.919,96	63.967,12
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	54.935,96	92.142,13	87.230,84	82.397,19	77.644,34

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

IX. FLUJO DEL EFECTIVO

Tabla 39: Flujo del efectivo

CALCULO DEL FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		141.416,21	147.228,42	153.279,51	159.579,30	166.138,01
COSTO DE PRODUCCION		95.265,38	99.100,73	103.093,70	107.250,79	108.475,24
GASTO ADMINISTRATIVO		1311,79	1365,70	1421,83	1480,27	1541,11
GASTO VENTAS		832,88	867,11	902,75	939,85	978,48
GASTO FINANCIEROS		6877,23	6877,23	6877,23	6877,23	6877,23
RESULTADO DEL EJERCICIO		37.128,94	39.017,65	40.984,00	43.031,15	48.265,95
UTILIDAD NETA		37.128,94	39.017,65	40.984,00	43.031,15	48.265,95
DEPRECIACIONES		2448,87	2448,87	2448,87	2448,87	2448,87
AMORTIZACION ACT. NOMINAL		354,106	354,106	354,106	354,106	354,106
INV. MAQ Y EQUIPO	-9686,67					
INVERSION OTROS	-879,87					
INV. ACTIVO NOMINAL	-1770,53					
INV. CAPITAL DE TRABAJO		-6435,35				
IIIMPREVISTOS	-462,67					
RECUP. CAPITAL TRABAJO						6435,35
PRESTAMO	34000,00					
AMORTIZACION PRESTAMO		-6800	-6800	-6800	-6800	-6800
FLUJO CAJA	6435,35	26696,57	35020,63	36986,98	39034,13	50704,28
	54935,96					

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

CAPITULO VIII

A. EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERO SOCIAL, Y AMBIENTAL.

1.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA

Cuadro 17: Evaluación Económica

EVALUACION ECONÓMICA		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
VAN	75.105,01	
PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL PAIS O DEL SECTOR	151,500	
APORTE		0,49 %

Fuente: (INDIXMUNDI, 2015)

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

En la evaluación económica reflejamos la deuda y la rentabilidad que posee el proyecto de esta manera proyectamos las ganancias que se obtendrá después de haber hecho la inversión correspondiente para la creación del restaurante vegetariano HOUSE GREEN.

1.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

FNE=

Cuadro 18: Flujo Neto Del Efectivo

DETALLE	PERIODOS ANUALES				
	1	2	3	4	5
FNE (FLUJO NETO DE EFECTIVO)	6.435,35	26.696,57	35.020,63	36.986,98	39.034,13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

VAN= 75.105,01

TIR = 54%

TMR = CON UN FLUJO NETO DEL EFECTIVO TOTAL DE 158.938,58

PRI = SE RECUPERA DENTRO DE: 1 AÑOS CON 6 MESES

R. B/C = 4,59

1.3 EVALUACIÓN SOCIAL

Cuadro 19: Evaluación Social

EVALUACION SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0.0018

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

ANÁLISIS

La evaluación social nos ayudó a determinar el nivel de disminución de desempleo en el caso de la ciudad de Riobamba, de esta manera se abrirán nuevas plazas de trabajo, donde la oportunidad de un crecimiento económico social para todas las personas de la ciudad. Se toma en cuenta que los productos son altamente orgánicos donde se garantiza la salud y mejor trabajo de las personas de la ciudad de Riobamba.

1.4 EVALUACIÓN AMBIENTAL

En el estudio ambiental nos ayuda a tener buenos resultados porque es algo muy impactante para la sociedad que nos permite dar más ingresos y tener un beneficio para el medio ambiente dando a conocer que se puede mejorar el medio ambiente porque ayuda a tener un manejo adecuado dentro del establecimiento, lo cual va a redundar un gran beneficio como del dueño, de los clientes y en general para toda la sociedad.

B. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el estudio de mercado, aplicando las encuestas con su tabulación, sus respectivos gráficos y análisis tanto descriptivos e interpretativos se concluye que si existe una aceptabilidad con un 95% de los habitantes del Cantón Riobamba, para el consumo de comida vegetariana.

Una vez realizado el estudio técnico se determinó que su producción promedio es de 24 pax, el estudio administrativo determinó la necesidad de contratar a 3 personas que serán dependientes de la misma, el presente emprendimiento será de tipo artesanal ya que no sobrepasa los \$87.500 dólares expuestos por la ley del artesano del Ecuador, además es factible ambientalmente porque existe un impacto negativo denominado como no significativo.

El proyecto es económico y financieramente viable por cuanto los valores obtenidos son los siguientes: Valor Actual Neto (VAN) positivo y es igual a \$75.105,01; la tasa interna de retorno (TIR) es de 54%; la relación beneficio/costo corresponde a \$ 4,59 y el periodo de recuperación 1 año 6 meses lo que nos indica que el emprendimiento es rentable.

RECOMENDACIONES

Es importante mantener la innovación, creatividad en los productos que se ofrecerá dentro del restaurante vegetariano, para con ello cubrir parte de la demanda insatisfecha y así lograr satisfacer las necesidades de los clientes con una alimentación sana y nutritiva.

Es recomendable mantener una ampliación del establecimiento para superar la cantidad de pax que ingresan al establecimiento, mejorar el personal con charlas y capacitaciones en todas las áreas para cada uno de los trabajadores y den mejores resultados al momento de trabajar. Una buena calidad dentro del restaurante vegetariano ayuda a tener mejor rentabilidad para poder crecer día a día y ser reconocidos en la ciudad de Riobamba y mejor si se logra llegar a tener varios establecimientos que sean reconocidos por toda el Ecuador manteniendo la calidad con la cual se va ganando día a día para llegar a ser los mejor con ingresos más altos de lo establecido.

Se recomienda poner en marcha el presente emprendimiento, según el estudio financiero existe una buena rentabilidad, siempre y cuando se deberá realizar el control de la obra de acuerdo a las especificaciones técnicas, para medir tiempos y el uso adecuado de los materiales, evitando así cambios que afecten al presupuesto inicial, para con ello generar más fuentes de trabajo a la sociedad y a la vez contribuir con el desarrollo del país.

C. Bibliografía

- Artesanos.** (21 de Abril de 2014). *Informacion de artesanos*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Beeston, A.** (13 de 12 de 2010). *Gastronomia&cia*. Recuperado el 1 de Junio de, Obtenido de *gastronomia&cia*: <http://www.gastronomiaycia.com/2010/12/13/entremeses/>
- Berman, J. M.** (2013).. (s.f.). *Beneficios de la dieta vegetariana*. Obtenido de GeoSalud: Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://www.geosalud.com/Nutricion/dieta-vegetariana/beneficios-dieta-vegetariana.html>
- Bermeo, J.** (4 de Marzo de 2013). *Agencia publica de noticias del ecuador y suramerica*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://www.andes.info.ec/en/node/13542>
- Caldas, J. M.** (2013). *Las bellas artes e investigaciones históricas - Tomo II. PASTO COLOMBIA : tomo II*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/origen-definicion-presentacion-restaurante>
- Campaña De Alimentos.** (10 de 2013). *Obtenido de campaña de alimentos frutas y verduras*: Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de http://www.alimentacion.es/es/campanas/frutas/frutas_verduras_temporada/tabla_de_frutas/
- Cancino, A.** (14 de Diciembre de 2010). *Importancia del servicio*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/origen-definicion-presentacion-restaurante>
- Carajonero, M.** (Marzo de 2012). *Restaurante Temático*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://www.mulecarajonero.com/articulos/4590-tipos-de-restaurantes>
- Castells Brases, A.** (1939). *Cultivo de la cabuya y beneficio de las fibras*. Quito: SEGUNDA EDICION. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://es.thefreedictionary.com/dieta>
- Cesitar, E.** (15 de Noviembre de 2014). *Restaurante buffet*. Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de <https://chefcesarona.wordpress.com/2014/11/15/donde-estamos/>
- Cielo. A.** (7 de 2013). *Gastronomia* Obtenido de scielo: Recuperado el 1 de Junio de 2016 , http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-73372011000200002
- Definicion.** (s.f.). *Significado de nutrientes*. Recuperado el 2 de Junio de 2016, de <http://definicion.de/saludable/>
- Delian . S.** (2016). *Ventajas de vegetanos*; Recuperado el 1 de Junio de 2016 Obtenido de http://www.botanical-online.com/desventajas_ser_vegetariano.htm
- Diccionario.** (s.f.). *Significado de lacteos*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://definicion.de/lacteo/>
- Dictionary, T. f.** (s.f.). *significado de dieta*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://es.thefreedictionary.com/dieta>

- Dictionary**, T. f. (s.f.). *Significado de vegetariano*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://es.thefreedictionary.com/vegetariano>
- El Blog** Del Tavo. (3 de FEBRERO de 2003). *Arte vegetariano*; Recuperado el 1 de Junio de 2016, Obtenido de <http://elblogdeltavo-tavo.blogspot.com/2013/08/el-arte-de-esculpir-frutas-y-vegetales.html>
- Consejo**, Electoral. n. (2010). *Poblacion de Riobamba*. Recuperado el 7 de Julio de 2016, de http://www.cne.gov.ve/web/normativa_electoral/elecciones/2010/parlamentarias/documentos/CIRCUNSCRIPCIONES_ELECTORALES2010.pdf
- Consejo**, Electoral. n. (2016). *Informacion de Riobamba*. Recuperado el 9 de Julio de 2016, de <http://cne.gob.ec/es/component/tags/tag/28-chimborazo>
- Espinoza**, C. n. (16 de NOVIEMBRE de 2010). *Gastronomia vegetariana; FRUT ART*. Obtenido de <http://www.frutart.com/gallery.asp?lang=es>
- Espinoza**, C. n (23 de ENERO de 2013). *Gastronomia vegana*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de Obtenido de <http://www.gastronomiavegana.org/recetas/cocinar-con-coliflor/>
- Extra**. (19 de Noviembre de 2012). *Bebidas vegetarianas*; Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de Obtenido de <http://www.extra.ec/ediciones/2012/11/19/cronica/chaguarmishqui--la-bebida-milagrosa/>
- Farlex**, T. F. (s.f.). (16 de NOVIEMBRE de 2010). *Significado de diabetes*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://es.thefreedictionary.com/diabetes>
- Farley**, T. F. (s.f.). (16 de NOVIEMBRE de 2010). *Significado de comida*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://es.thefreedictionary.com/comida>
- Fischer**, R. (octubre de 2003). *Manual de Servicio y restaurantes*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de ; Obtenido de Juntos PODEMOS: http://www.tecturcoquimbo.cl/pdfs/doc_53.pdf
- Fundacion** Universitaria Iberoamericana . (17 de Junio de 2012). Recuperado el 17 de Mayo de 2016, Obtenido de <http://www.composicionnutricional.com/alimentos/CHAGUARMISHQUI-5>
- Gobierno** Provincial Guayas. (17 de Junio de 2008). *Plan Amanecer* . Obtenido de <http://www.planamanecer.com/portada/actualidad%20%7C%20noticias/content/modo/view/id/165/itemid/7/>
- Garces**, J. (22 de JULIO de 2013). *Eroski ConsumeR*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de : <http://verduras.consumer.es/documentos/hortalizas/coliflor/intro.php>
- García**, L. G. (2 de Enero de 2011). *Concepto de comida rapida*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de <http://laguiagarcia.blogspot.com/2011/01/tipos-de-restaurantes.html>
- Holtespime**. (s.f.). *Manual de Atención al Cliente en Restaurantes – Basico 1* . Recuperado el 17 de Mayo de 2016, Obtenido de Modulo Atencion Al Cliente: <http://hostelpime.com/uploads/Manual%20protocolo%20servicio%20gestion%20restaura>
- Instituto** de seguridad y servicios sociales de los trabajadores del estado . (18 de septiembre de 2015). *Seguridad Vegetariana*, Recuperado el 13 de Junio de 2016 Obtenido de

<http://www.prevenissste.gob.mx/abuso-sustancias/que-es-una-bebida-energizante-riesgos-salud#ancla>

- Jairala**, N. (27 de Octubre de 2016). *Servicio a la Francesa*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2016, de <http://apendicedelaescueladelchef.blogspot.com/2009/03/reglas-de-oro-del-buen-camarero.html>
- Kantril**, A. (2015). *Crece Negocios*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de; <http://www.crecenegocios.com/servicio-al-cliente-en-un-restaurante/>
- Lacrin**, B. (2012). *Reglas de un buen servicio*. Recuperado el 2 de Junio de 2016; Obtenido de: Academia de colombia. <http://academicolombie.blogspot.com/2009/03/reglas-de-oro-del-buen-camarero.html>
- La Hora** Nacional . (1 de SEPTIEMBRE de 2015). *Gastronomia Quiteña*. Recuperado el 4 de Junio de 2016, Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/fotoReportaje/1101858692#.V0e8DfnhDIU>
- Larrosa**, P. (2010). *canal gastronomia*. Recuperado el 2 de Junio de 2016 , Obtenido de canal gastronomia: <http://gastronomia.laverdad.es/preguntas/cocina-general/-son-entradas-como-definen-cuantos-tipos-hay-cuaes-son-sus-caracteristicas--7085.html>
- Martí**, M. A. (2014). *Unión Vegetariana Argentina*. Recuperado el 8 de Junio de 2016 , Obtenido de Alimentación modificada genéticamente: <http://uva.org.ar/index.php/alimentacion-modificada-geneticamente/>
- Mc Glinn**, A. (2014). *El Penco*. Recuperado el 18 de Junio de 2016 , ECUADOR : CIDONO PRESS; <http://mdelgadomtnez.blogspot.com/2013/03/Los-beneficios-para-na-salud-en.html>
- Medina**, S. (2012). *Concepto de restaurantes*. Loja. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/985/1/PROYECTO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20UN%20RESTAURANTE%20DE%20COMIDA%20TIPICA%20EN%20EL%20COMPLEJO%20.pdf>
- Martínez**, Michel Delgado. C. E. (29 de Junio de 2012). *Atencion al cliente. BANQUETES & hostelería BLOG de Michel Delgado Martínez*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016 Obtenido de <http://mdelgadomtnez.blogspot.com/2013/03/la-atencion-al-cliente-como-politica-en.html>
- Montecinos**, A. (17 de FEBRERO de 2011). *Boletin Turistico*. Obtenido de RESTAURANTES TECNICAS DE SERVICIO Y VENTA: <http://www.boletin-turistico.com/component/k2/item/2322-restaurantes-t%C3%A9cnicas-de-servicio-y-ventas>
- Moreno**, N. (4 de Diciembre de 2013). *Mishkyhuarmy*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 Obtenido de Recuperando los sabores olvidados de los andes : <https://mishkyhuarmi.wordpress.com/tag/cabuya/>
- Naranjo**, A (1980). *Riobamba*. Recuperado el 10 de Mayo de 2016 ; obtenido en P. J. Joaquín Gallegos Lara. venezuela: biblioteca ayacucho. <http://www.riobamba-online.com/rio.htm>

- Obando, Z.** (26 de Mayo de 2016). *El Norte .ec*. Recuperado el 6 de Mayo de 2016 Obtenido de <http://www.elnorte.ec/opinion/editorialistas/58385-el-chaguarmishqui-y-sus-efectos-medicinales.html>
- Oliveira, L.** (2013). Energizantes naturales Fuente de salud , energía y bienestar. Recuperado el 16 de Mayo de 2016 obtenido ;Buenos Aires Argentina : <http://definicion.de/energizante/>
- Organización Regional Guayas .** (7 de OCTUBRE de 2014). *Estadísticas* Recuperado el 2 de Junio de 2016, de <http://www.botanical-online.com/coliflor.htm>
- Pérez, C.** (2008). *Natursan .* Recuperado el 20 de Junio de 2016, Obtenido de <http://www.natursan.net/bebidas-energeticas-naturales-recetas/>
- Peroni, C.** (14 de JUNIO de 2013). Tallado de vegetales y frutas tercera dimencion Recuperado el 2 de Junio de 2016, de <http://ileytecnicas2.tripod.com/id112.html>
- Pirca, Jorge.** (2016). *Investigación propia.*
- Pizarro, N.** (27 de Enero de 2010). *Significado de productos organicos.* Recuperado el 2 de Junio de 2016, de <https://www.veoverde.com/2010/01/productos-organicos-que-son-como-son-y-a-que-se-aplica/>
- Porto, J. P.** (1016). *Significado de sobrepeso.* Recuperado el 2 de Junio de 2016, de <http://definicion.de/sobrepeso/>
- Protocolo.** (5 de Mayo de 2016). *Servicio a la rusa.* Recuperado el 5 de Junio de 2016, de https://www.protocolo.org/social/la_mesa/servicios_de_mesa_como_servir_la_mesa_servicio_a_la_francesa_a_la_inglesa_o_a_la_rusa_gueridon.html
- Quintanilla, J.** (FEBRERO de 2012). *Botanical.* Recuperado el 16 de Mayo de 2016, Obtenido de <http://www.botanical-online.com/coliflor.htm>
- Rivadeneira, F.** (2010). *Historia de Riobamba.* Recuperado el 31 de Mayo de 2016, de <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Gastronomiariobamba.html>
- Rivadeneira, F.** (2010). *Origen del restaurante.* Recuperado el 23 de Mayo de 2016, Obtenido de <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Origenesderestaurante.html>
- Rivadeneira, F.** (2010). *Restaurante grill-romm.* Recuperado el 19 de Mayo de 2016, de <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Detailesenunrestaurante.html>
- Rivadeneira, F.** (2010). *Servicio a la inglesa.* Recuperado el 6 de Junio de 2016, de <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Tipos%20de%20Servicios%20de%20Mesa.html>
- Sardoy, G. D.** (2007). *Nutri salud .* Obtenido de http://www.nutri-salud.com.ar/articulos/bebidas_energizantes_o_energeticas.php
- Significados.** (2016). *Significado de alimentacion.* Recuperado el 2 de Junio de 2016, de <http://www.significados.com/alimentacion/>
- Sistain, A.** (FEBRERO de 2013). *Técnicas de investigación .* Recuperado el 3 de Junio de 2016 , Obtenido de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/metodos_tecnicas_investigacion.php

- Tamayo, D. L.** (2005). *Desnutricion en pediatria*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.ops.org.bo/textocompleto/nped26785.pdf>
- The Free Dictionary By Farlex.** (s.f.). *Significado de dieta*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://es.thefreedictionary.com/dieta>
- Tierra Organica.** (s.f.). Obtenido de tierra organica: Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <http://www.tierraorganica.com.mx/porque/organicos7.htm>
- Trans, G.** (s.f.). *Significado de grasas saturadas*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <https://sites.google.com/a/uabc.edu.mx/grasastrans/-cuales-son-los-diferentes-tipos-de-acidos-grasos>
- Transs, G.** (s.f.). *Significado de colesterol*. Recuperado el 1 de Junio de 2016, de <https://sites.google.com/a/uabc.edu.mx/grasastrans/efecto-en-la-salud/-como-se-relacionan-el-colesterol-de-la-sangre-y-las-enfermedades-cardiacas>
- Wil, A.** (13 de Junio de 2014). *Agropecuarios.net* . Obtenido de productos , Recuperado el 4 de Junio de 2016 <http://agropecuarios.net/wiki/chaguarmishqui/>

D. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD SALUD PÚBLICA



ENCUESTA PARA ELABORACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2016”.

OBJETIVO:

Obtener datos reales acerca de la aceptabilidad y preferencias del grupo objetivo para la apertura de un restaurante de comida vegetariana, en el cantón Riobamba.

NOTA: Una alimentación saludable es aquella que aporta todos los nutrientes esenciales y la energía que cada persona necesita para mantenerse sana.

La presente encuesta es de carácter confidencial.

INSTRUCCIONES:

Marque con una X en la opción de acuerdo a su criterio.

DATOS GENERALES

Edad: _____

Sexo: _____

- 1. ¿Le gustaría a usted que se implemente un restaurante de comida vegetariana en el sector del Hospital de Solca del cantón Riobamba provincia de Chimborazo?**

Si

No

2. ¿Si se llegara a implementar el restaurante de comida vegetariana que logotipo recomendaría usted?



.....



.....

3. ¿Qué piensa de la comida vegetariana?

- a. Moda.....
- b. Nutrición
- c. Estilo de vida
- d. No te gusta
- e. Dieta

4. ¿Si existiera un restaurante que le ofrecería comida saludable (vegetariana) estaría usted dispuesto a acudir a este establecimiento?

Si No

5. ¿En promedio cuánto usted estaría dispuesto a pagar en un restaurante(vegetariano) a la semana?

.....

6. ¿Cuándo solicitaría este servicio?

- a. De lunes a viernes
- b. Sábados
- c. Domingos
- d. Feriados

7. ¿Usted ha consumido en restaurantes de comida vegetariana o similares en la ciudad de Riobamba?

SiNo

¿Mencione Cuáles?

.....

8. ¿De los lugares mencionados en la pregunta anterior usted se encuentra satisfecho con el producto y servicio recibido?

SiNo

¿Porqué?.....

9. ¿En qué medio de publicidad le gustaría que demos a conocer de nuestro restaurante (vegetariano)?

a. Redes sociales

b. Radio

c. TV

10. ¿Cuál de estas promociones le gustaría que se implemente dentro del restaurante vegetariano?

a. 2 x 1

b. El día del cumpleaños del cliente hay un descuento del 20% para su compra.

c. Martes loco

"GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

FORMATO RECETA ESTANDAR

Anexo 2: Recetas Estándar

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	HAMBURGUESA DE LENTEJA			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LENTEJA	900	900	gr	0,8	c/lb	1,59
APANADURA	200	200	gr	1,25	c/lb	0,55
HUEVOS	2	2	u	0,15	c/u	0,00
PIMIENTOS	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
CEBOLLA COLORADA	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
TOMATE	600	600	gr	0,5	c/lb	0,66
LECHUGA	200	200	gr	0,3	c/lb	0,13
CEBOLLA PERLA	200	200	gr	0,5	c/lb	0,22
SAL						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ÁLISS CÁRNI		C. VARIABLE	3,37
C.I.F 30% (PV)	0,34		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,24
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,70		FC=1+D		TOTAL	3,61
U1=P.V.-ΣCP	0,43		D=10%		C. PAX	0,36
U2=P.V.S-PV	0,37		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,80		#¡REF!		P.V	1,13
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	LASAÑA DE VEGETALES			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
PLACAS DE LASAÑA PRECOCIDAS	380	380	gr	1,65	c/lb	1,38
ESPARRAGOS	200	200	gr	1,25	c/lb	0,55
CEBOLLA	40	40	gr	0,5	c/lb	0,04
ZANAHORIA	150	150	gr	0,5	c/lb	0,17
CALABACIN	200	200	gr	1	c/lb	0,44
QUESO MOZARELA	250	250	gr	4,5	c/lb	2,48
MANTEQUILLA	150	150	gr	0,8	c/lb	0,26
SALSA DE TOMATE	100	100	gr	1,3	c/lb	0,29
ACEITE DE OLIVA	50	50	ml	5	c/lt	0,25
PIMIENTA NEGRA						0,00
AZUCAR	200	200	gr	0,45	c/lb	0,20
SAL						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ÁLISS CÁRNI		C. VARIABLE	6,06
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,42
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,26		FC=1+D		TOTAL	6,48
U1=P.V.-ΣCP	0,77		D=10%		C. PAX	0,65
U2=P.V.S-PV	0,43		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,20		#¡REF!		P.V	2,03
					P.V.S	2,45

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	CANELONES DE RICOTA			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
QUESO RICOTA	250	250	gr	4,5	c/lb	2,48
CREMA DE LECHE	200	200	gr	1,35	c/lb	0,59
PASTA PARA LASAÑA	200	200	gr	1,85	c/lb	0,81
SAL						0,00
PIMIENTA						0,00
QUESO MOZARELA	250	250	gr	5,4	c/lb	2,97
LAUREL		0	gr		c/lb	0,00
ACEITE DE OLIVA	120	120	gr	5	c/lb	1,32
SALSA BECHAMEL						0,00
MANTEQUILLA	70	70	gr	0,8	c/lb	0,12
LECHE	350	350	ml	0,8	c/lt	0,28
HARINA	180	180	gr	0,5	c/lb	0,20
CÁLCULOS	RESULTADOS		ÁLISS CÁRNI		C. VARIABLE	8,78
C.I.F 30% (PV)	0,88		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,61
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,82		FC=1+D		TOTAL	9,40
U1=PV-ΣCP	1,12		D=10%		C. PAX	0,94
U2=P.V.S-PV	0,56		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,67		#¡REF!		P.V	2,94
					P.V.S	3,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MILANESA DE ACELGA			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
ACELGA	2000	2000	gr	0,5	c/lb	2,20
HARINA	700	700	gr	0,5	c/lb	0,77
HUEVO	3	3	u	0,15	c/lb	0,00
SAL						0,00
ACEITE DE OLIVA	160	160	ml	5	c/lt	0,80
AGUA						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ÁLISS CÁRNI		C. VARIABLE	3,77
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,26
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,78		FC=1+D		TOTAL	4,04
U1=PV-ΣCP	0,48		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,24		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,72		#¡REF!		P.V	1,26
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	MINI PIZZA DE VEGETALES			GRUPO: ENTRADA		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
MINI PIZZA BUITONI	10	10	u	3,2	c/20 u	1,60
CEBOLLA	60	60	gr	0,5	c/lb	0,07
PUERRO	60	60	gr	0,5	c/lb	0,07
PIMIENTO ROJO	80	80	gr	0,5	c/lb	0,09
PIMIENTO VERDE	80	80	gr	0,5	c/lb	0,09
BERENJENA	60	60	gr	1	c/lb	0,13
CALABACIN	80	80	gr	1	c/lb	0,18
ALCAPARRAS	50	50	gr	1	c/lb	0,11
PASTA DE TOMATE	200	200	gr	1,3	c/lb	0,57
QUESO MOZARELA	140	140	gr	5,4	c/lb	1,67
ACEITE DE OLIVA	60	60	ml	5	c/lt	0,30
SAL						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	4,87
C.I.F 30% (PV)	0,49		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,34
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,01		FC=1+D		TOTAL	5,21
U1=PV-ΣCP	0,62		D=10%		C. PAX	0,52
U2=P.V.S-PV	0,62		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,24		#¡REF!		P.V	1,63
					P.V.S	2,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA:	NE FALSA DE FREJOL CON ENSALADA DE VERDU			GRUPO: PLATO PRINCIPAL		
				TIEMPO: 25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
FREJOL	500	500	gr	1,25	c/lb	1,38
ESPINACA	150	150	gr	1,25	c/lb	0,41
QUESO MOZARELA	150	150	ml	5	c/lt	0,75
ACEITE DE OLIVA	50	50	ml	5	c/lt	0,25
HOJAS DE MENTA	50	50	gr	1,25	c/lb	0,14
COLIFLOR	450	450	gr	1,5	c/lb	1,49
BROCOLI	450	450	gr	1,5	c/lb	1,49
VAINITA	450	450	gr	1,5	c/lb	1,49
PIMIENTA						0,00
SAL						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	7,39
C.I.F 30% (PV)	0,70		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,52
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,49		FC=1+D		TOTAL	7,90
U1=PV-ΣCP	0,84		D=10%		C. PAX	0,79
U2=P.V.S-PV	0,67		CR=FC*CK	34%	C.M.P O VENTA	0,34
U neta= U1+U2	1,51		#¡REF!		P.V	2,32
					P.V.S	3,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA	RATATOULLE			GRUPO: PLATO PRINCIPAL		
				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
BERENJENA	800	800	gr	1	c/lb	1,76
CALABAZA	800	800	gr	1	c/lb	1,76
PIMIENTO ROJO	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
PIMIENTO VERDE	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
TOMATE	60	60	gr	0,5	c/lb	0,07
AJO	50	50	gr	3	c/lb	0,33
ACEITE DE OLIVA	25	25	ml	5	c/lt	0,03
LAUREL						0,00
PIMIENTA NEGRA						0,00
SAL						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	4,17	
C.I.F 30% (PV)	0,43	CR=FC*CK		7%	% VARIOS	0,29
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,88	FC=1+D			TOTAL	4,46
U1=PV-ΣCP	0,56	D=10%			C. PAX	0,45
U2=P.V.S-PV	0,56	CR=FC*CK		31%	C.M.P O VENTA	0,31
U neta= U1+U2	1,12	#¡REF!			P.V	1,44
					P.V.S	2,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA	PAGHETTI CON TOMATE , HIEVAS Y MOZARELA			GRUPO: PLATO PRINCIPAL		
				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
SPAGHETTI	1000	1000	gr	1,75	c/lb	3,85
TOMATE	500	500	gr	0,5	c/lb	0,55
QUESO MOZARELA	100	100	gr	5,4	c/lb	1,19
ALBAHACA	70	70	gr	0,5	c/lb	0,08
OREGANO						0,00
TOMILLO						0,00
PIMIENTA						0,00
ACEITE DE OLIVA	70	70	ml	5	c/lt	0,35
CÁLCULOS	RESULTADOS	ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	6,02	
C.I.F 30% (PV)	0,60	CR=FC*CK		7%	% VARIOS	0,42
Σ C.P= CxP + C.I.F	1,25	FC=1+D			TOTAL	6,44
U1=PV-ΣCP	0,77	D=10%			C. PAX	0,64
U2=P.V.S-PV	0,48	CR=FC*CK		32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,25	#¡REF!			P.V	2,01
					P.V.S	2,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA	ALBONDIGAS VEGETARIANAS DE CALABAZA			GRUPO: PLATO PRINCIPAL			
				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
ACEITE DE OLIVA	100	100	ml	5	c/lt	0,11	
AJO	60	60	gr	3	c/lb	0,14	
CALABAZA	1000	1000	gr	1	c/lb	2,20	
PIMIENTA NEGRA						0,00	
HUEVO	3	3	gr	0,15	c/lb	0,01	
ALBAHACA	250	250	gr	0,5	c/lb	0,55	
PAN MOLIDO	250	250	gr	1,35	c/lb	0,55	
QUESO PARMESANO	400	400	gr	1,5	c/lb	1,32	
CHILE	250	250	gr	0,8	c/lb	0,44	
PASTA DE TOMATE	700	700	gr	1,3	c/lb	0,91	
PIMIENTA NEGRA						0,00	
SAL						0,00	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	6,23	
C.I.F 30% (PV)	0,63			CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,44
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,29			FC=1+D		TOTAL	6,67
U1=PV-ΣCP	0,79			D=10%		C. PAX	0,67
U2=P.V.S-PV	0,42			CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,21			#¡REF!		P.V	2,08
						P.V.S	2,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS							
NOMBRE DE LA RECETA	ESTOFADO VEGETARIANO			GRUPO: PLATO PRINCIPAL			
				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX	10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL	
ACEITE DE OLIVA	120	120	ml	5	c/lt	0,60	
AJO	60	60	gr	3	c/lb	0,40	
CEBOLLA COLORADA	250	250	gr	0,5	c/lb	0,28	
ALVERJA	90	90	gr	1	c/lb	0,20	
CALABAZA	900	900	gr	1	c/lb	1,98	
ESPINACA	500	500	gr	0,5	c/lb	0,55	
TOMATE	450	450	gr	0,5	c/lb	0,99	
GARBANZO	500	500	gr	0,8	c/lb	0,88	
CILANTRO						0,00	
SAL						0,00	
CÁLCULOS	RESULTADOS			ANÁLISIS CÁRNICO	C. VARIABLE	5,88	
C.I.F 30% (PV)	0,57			CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,41
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,20			FC=1+D		TOTAL	6,29
U1=PV-ΣCP	0,70			D=10%		C. PAX	0,63
U2=P.V.S-PV	0,59			CR=FC*CK	33%	C.M.P O VENTA	0,33
U neta= U1+U2	1,30			#¡REF!		P.V	1,91
						P.V.S	2,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA	GALLETAS DE AVENA Y GUINEO			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO 25 MIN	NÚMERO DE PAX	
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
AVENA	1200	1200	gr	0,4	c/lb	1,06
GUINEO	900	900	gr	0,5	c/lb	0,99
PASAS	250	250	gr	0,5	c/lb	0,28
CHOCOLATE	300	300	gr	1,35	c/lb	0,89
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,22
C.I.F 30% (PV)	0,32		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,23
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,67		FC=1+D		TOTAL	3,44
U1=PV-ΣCP	0,41		D=10%		C. PAX	0,34
U2=P.V.S-PV	0,23		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,63		#¡REF!		P.V	1,08
					P.V.S	1,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA	FLAN DE AVENA			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO 25 MIN	NÚMERO DE PAX	
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE DE AENA	1200	1200	ml	1,25	c/lt	1,50
AZUCAR	350	350	gr	0,45	c/lb	0,35
FECULA DE MAIZ	600	600	gr	1,4	c/lb	1,85
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,70
C.I.F 30% (PV)	0,37		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,26
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,77		FC=1+D		TOTAL	3,96
U1=PV-ΣCP	0,47		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,26		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,73		#¡REF!		P.V	1,24
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA	DO DE GUINEO CON NUECES , ALMENDRAS Y P			GRUPO: POSTRE		
				TIEMPO 25 MIN	NÚMERO DE PAX	
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
GUINEO	1000	1000	gr	0,5	c/lb	1,10
NUECES	70	70	gr	1,2	c/lb	0,19
ALMENDRAS	90	90	gr	1,35	c/lb	0,27
PASAS	80	80	gr	0,5	c/lb	0,09
CREMA VEGETARIANA	1000	1000	ml	1,75	c/lt	1,75
COCO	100	100	gr	1,3	c/lb	0,29
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,68
C.I.F 30% (PV)	0,37		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,26
Σ C.P= CxP + C.I.F	0,76		FC=1+D		TOTAL	3,94
U1=PV-ΣCP	0,47		D=10%		C. PAX	0,39
U2=P.V.S-PV	0,27		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,74		#¡REF!		P.V	1,23
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: POSTRE		
ANCAKES VEGANOS CON MERMELADA DE MOR				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
HARINA	1000	1000	gr	0,5	c/lb	1,10
LECHE DE SOJA	500	500	ml	1,5	c/lt	0,75
GUINEO	420	420	gr	0,5	c/lb	0,46
AZUCAR	90	90	gr	0,45	c/lb	0,09
SAL						0,00
ACEITE DE OLIVA	80	80	gr	3,4	c/lb	0,60
LEVADURA	30	30	gr	1,5	c/lb	0,07
MARGARINA	150	150	gr	0,8	c/lb	0,26
MORA	400	400	gr	1	c/lt	0,40
CANELA						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,74
C.I.F 30% (PV)	0,37		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,26
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,77		FC=1+D		TOTAL	4,00
U1=PV-ΣCP	0,47		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,25		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,72		#¡REF!		P.V	1,25
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: POSTRE		
TARTA DE MELON				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
CANELA						0,00
MELON	1000	1000	gr	0,6	c/lb	1,32
AZUCAR	150	150	gr	0,45	c/lb	0,15
MARGARINA	80	80	gr	0,8	c/lb	0,14
MAICENA	350	350	gr	0,45	c/lb	0,35
HARINA DE TRIGO	600	600	gr	0,5	c/lb	0,66
LECHE DE SOJA	550	550	ml	1,5	c/lt	0,55
ALMENDRA CRUDA	150	150	gr	1,35	c/lb	0,45
LEVADURA	40	40	gr	1,5	c/lb	0,13
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,75
C.I.F 30% (PV)	0,38		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,26
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,78		FC=1+D		TOTAL	4,01
U1=PV-ΣCP	0,48		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,25		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,73		#¡REF!		P.V	1,25
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: BEBIDA		
BATIDO DE FRUTOS ROJOS Y AVENA				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
LECHE DE AVENA	2000	2000	gr	1,25	c/lb	5,51
FRUTILLA	70	70	gr	1	c/lb	0,15
MORA	70	70	gr	1	c/lb	0,15
AZUCAR MORENA	90	90	gr	0,8	c/lb	0,16
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	5,97
C.I.F 30% (PV)	0,60		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,42
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,24		FC=1+D		TOTAL	6,39
U1=PV-ΣCP	0,76		D=10%		C. PAX	0,64
U2=P.V.S-PV	0,50		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,26		#¡REF!		P.V	2,00
					P.V.S	2,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: BEBIDA		
BATIDO DE GUINEO Y FRESA				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
GUINEO	100	100	gr	0,5	c/lb	0,11
FRESAS	100	100	gr	1,25	c/lb	0,28
LECHE DE AVENA	2000	2000	gr	1,25	c/lb	5,51
CANELA EN POLVO						0,00
AZUCAR MORENA	80	80	gr	0,8	c/lb	0,14
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	6,03
C.I.F 30% (PV)	0,61		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,42
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,25		FC=1+D		TOTAL	6,46
U1=PV-ΣCP	0,77		D=10%		C. PAX	0,65
U2=P.V.S-PV	0,48		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	1,25		#¡REF!		P.V	2,02
					P.V.S	2,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: BEBIDA		
JUGO DE PAPAYA, MANZANA Y PIÑA				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
MANZANA	800	800	gr	0,5	c/lb	0,88
PIÑA	1000	1000	gr	0,8	c/lb	1,76
PAPAYA	800	800	gr	0,6	c/lb	1,06
AGUA	2000	2000	ml			
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,70
C.I.F 30% (PV)	0,37		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,26
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,77		FC=1+D		TOTAL	3,96
U1=PV-ΣCP	0,47		D=10%		C. PAX	0,40
U2=P.V.S-PV	0,26		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,73		#¡REF!		P.V	1,24
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: BEBIDA		
BATIDO DE FRUTILLA				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
FRUTILLA	1300	1300	gr	0,6	c/lb	1,72
LECHE DE AVENA	3250	3250	ml	1,25	c/lt	4,06
AZUCAR	200	200	gr	0,45	c/lb	0,20
CANELA						0,00
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	5,98
C.I.F 30% (PV)	0,49		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,42
Σ. C.P= CxP + C.I.F	1,13		FC=1+D		TOTAL	6,40
U1=PV-ΣCP	0,51		D=10%		C. PAX	0,64
U2=P.V.S-PV	0,36		CR=FC*CK	39%	C.M.P O VENTA	0,39
U neta= U1+U2	0,87		#¡REF!		P.V	1,64
					P.V.S	2,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

RECETA ESTANDAR CON CÁLCULOS						
NOMBRE DE LA RECETA				GRUPO: BEBIDA		
JUGO DE MELÓN CON MANGO				TIEMPO	25 MIN	NÚMERO DE PAX
						10
INGREDIENTES	CANTIDAD (10)	MÁS PAX	UNIDAD	COSTO UNITARIO	UNIDAD	COSTO TOTAL
MELON	1000	1000	gr	0,6	c/lb	1,32
MANGO	1000	1000	gr	0,8	c/lb	1,76
AZUCAR	120	120	gr	0,45	c/lb	0,12
CANELA						0,00
AGUA	2000	2000	ml			
CÁLCULOS	RESULTADOS		ANÁLISIS CÁRNICO		C. VARIABLE	3,20
C.I.F 30% (PV)	0,32		CR=FC*CK	7%	% VARIOS	0,22
Σ. C.P= CxP + C.I.F	0,66		FC=1+D		TOTAL	3,43
U1=PV-ΣCP	0,41		D=10%		C. PAX	0,34
U2=P.V.S-PV	0,43		CR=FC*CK	32%	C.M.P O VENTA	0,32
U neta= U1+U2	0,84		#¡REF!		P.V	1,07
					P.V.S	1,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Anexo 3: Tarjeta de presentación



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS

Anexo 4: Fotografías de las encuestas



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

TRÍPTICO

Anexo 5: Tríptico

MISIÓN
El Restaurante "HOUSE GREEN" es un emprendimiento de prestación de servicios que ofrece alimentos con altos estándares de calidad, para paladares exigentes de nuestros clientes.

VISIÓN
Ser un restaurante líder, y constituirnos como franquicia, con nuestra especialidad la comida vegetariana, ofreciendo y generando trabajo en nuestra ciudad.

POLÍTICAS

1. Satisfacción del cliente
2. Trabajo en equipo
3. Buen ambiente de trabajo

RESTAURANTE

HOUSE GREEN

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTEUR ADIPISCING ELIT, SED DO ELUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UR LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA.

PROPIETARIO: JOSÉ PERCA
CEL: 0953405450
DIREC: ELMER CALDAS Y ENRIQUE BARRIGA

HISTORIA DE LA COMIDA VEGETARIANA

El vegetarianismo viene de tiempos inmemorables. El jainismo se remonta al siglo VIII A.C. y la "no violencia" que no sólo se refiere a la violencia entre humanos, sino también hacia los animales. Ellos siempre han practicado el vegetarianismo. Casi todas las religiones han predicado el abstenerse de comer carne, comenzando por los sacerdotes egipcios que seguían una alimentación vegetariana para poder mantener el voto de castidad, incluso rechazaban también los huevos por considerarlos carne líquida.

BENEFICIOS

Los beneficios que nos brinda la dieta vegetariana es una excelencia porque mantiene un corazón saludable, ayuda a mantener y perder peso alejando los riesgos potenciales de sufrir de colesterol alto, diabetes, derrame cerebral y arteriosclerosis, desintoxicará el cuerpo y en consecuencia te sentirás más lleno de energía y saludable.

El vegetarianismo es muy saludable cuando se realiza de una manera equilibrada, teniendo en cuenta que la persona debe ingerir todos los nutrientes necesarios. Los alimentos que se consumen al ser vegetarianos son las frutas, las verduras de hoja verde oscuro, las verduras naranjas o amarillos oscuros, legumbres, granos enteros, sustitos de la carne, por ejemplo, las proteínas.

OBJETIVO DE LA EMPRESA

Ofrecer a la comunidad una alimentación saludable en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, a través de la instalación e implementación de un restaurante de comida vegetariana que permita mejorar la calidad de vida.

VALORES Y PRINCIPIOS DE LA EMPRESA

Axiológicos

- Honestidad
- Nobleza
- Sinceridad
- Lealtad.

Trabajo

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Tolerancia.
- Respeto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

MENÚ

Anexo 6: Carta del restaurante

RESTAURANTE

HOUSE GREEN

**NO HAY AMOR MAS SINCERO
QUE EL AMOR DE LA COMIDA**

PROPIETARIO: JORGE PIRCA
CEL: 0983406450
DIREC: EMERALDAS Y ENRIQUE BARRIGA

MENÚ

House Green RESTAURANTE

ENTRADAS

HAMBURGUESA DE LENTEJA.....1,90
LASAGÑA DE VEGETALES.....3,00
CANELONES DE RICOTA.....1,90
MILANESA DE ACELGA.....1,75
MINI PIZZA DE VEGETALES.....2,40

PLATOS FUERTES

CARNE FALSA DE FREJOL CON ENSALADA DE VERDURAS2,70
RATATOUILLE.....3,70
SPAGHETTI CON TOMATE, HIERVAS FRESCAS Y MOZARELA.....5,35
ALBONDIGAS VEGETARIANAS DE CALABAZA3,25
ESTOFADO VEGETARIANO.....4,20

POSTRES

GALLETAS DE AVENA Y GUINEO1,25
FLAN DE AVENA.....1,35
HELADO DE GUINEO CON NUECES, ALMENDRAS Y PASAS.....1,50
PANCAKES VEGETARIANOS, CON MERMELADA DE MORA.....1,50
TARTA DE MELON.....1,50

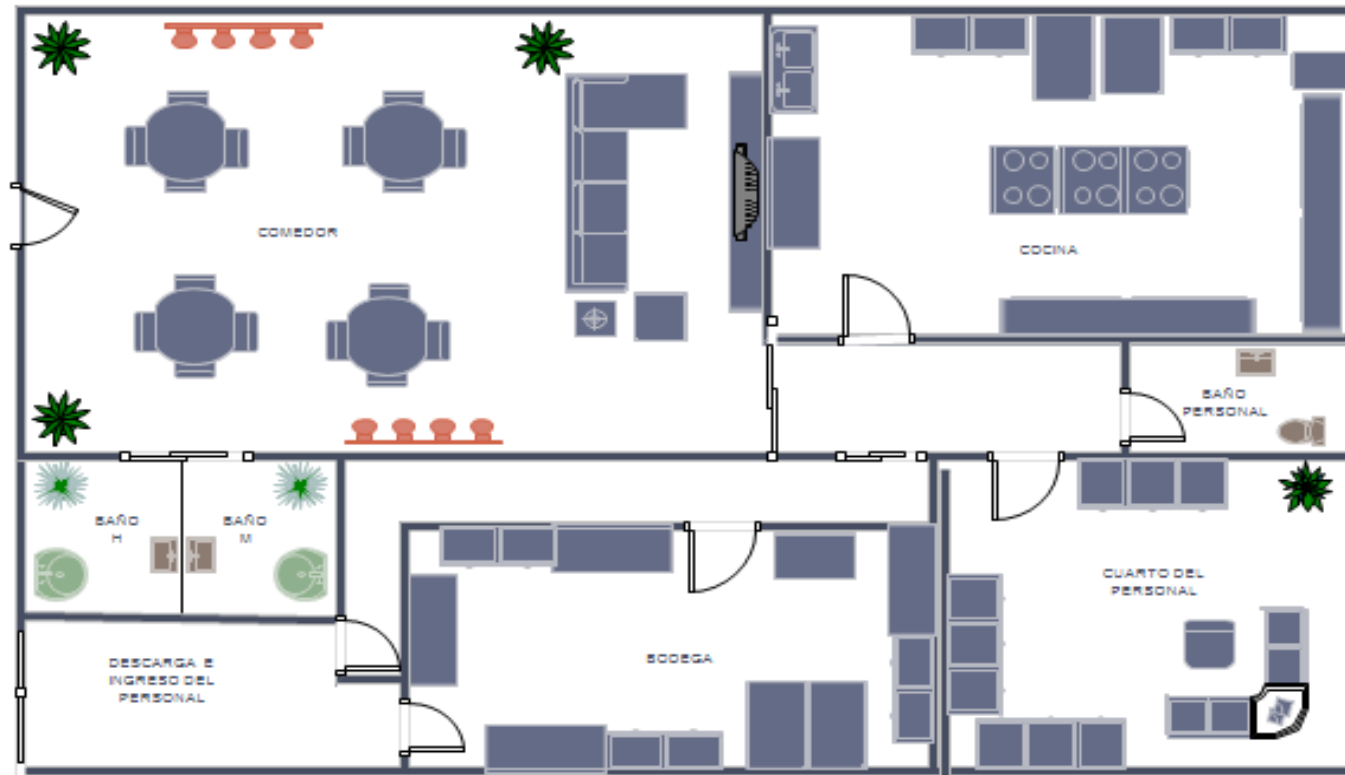
BEBIDAS

BATIDO DE FRUTOS ROJOS Y AVENA.....3,25
DE GUINEO Y FRESA.....3,00
JUGO DE PAPAYA, MANZANA Y PIÑA.....1,25
BATIDO DE FRUTILLA2,25
JUGO DE MELON CON MANGO.....1,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: (Pirca, 2016)

DISEÑO DEL PLANO

Anexo 7: Plano del restaurante



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

Anexo 8: Manual de funciones

MANUAL DE FUNCIONES



RESTAURANTE HOUSE GREEN



INTRODUCCION

El Manual de Descripción de Puestos es una herramienta administrativa que describe las actividades (tareas) y las responsabilidades de los puestos que existen en la institución, así como también sus interrelaciones internas y externas, el perfil que se requiere para aspirar a un puesto. El presente manual, contiene la descripción de cada uno de los puestos de la estructura organizacional del RESTAURANTE HOUSE GREEN, para su mejor uso el manual agrupa los puestos por elemento de organización. Cada descripción de puesto contiene el Nombre del Puesto, A quien se Reporta, A quien Supervisa, Requisitos Mínimos, la Descripción General y Especifica, Especificaciones y las Relaciones de Trabajo. Es importante señalar que en el presente manual los nombres de los puestos se han cambiado según la función realizada o el área de trabajo.

OBJETIVOS DEL MANUAL

- Definir un documento único de referencia para todos los puestos de trabajo. v Identificar los requerimientos mínimos a considerar en los puestos tipo.
- Establecer una herramienta administrativa que contiene la información necesaria de todos los puestos de trabajo, de acuerdo a la estructura organizativa de ANDA para el desempeño eficiente del personal.
- Definir los requisitos mínimos y la descripción general, de referencia para el reclutamiento y selección del personal, así de las promociones internas.
- Facilitar la inducción al trabajo del nuevo personal. v Analizar cargas de trabajo e incentivos.
- Orientar la actuación de cada funcionario en el desarrollo de los procesos de la Dirección.

INDICE

A. INTRODUCCIÓN.....	2
B. OBJETIVO MANUAL.....	3
C. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	4
1. PERSONAL ADMINISTRATIVO	5
1,1 GERENTE.....	6
1.1.1 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS.....	6
OBJETIVO.....	7
2. ATENCION AL CLIENTE (PERSONAL DE SERVICIO).....	8
2.1 MESERO.....	9
2.1.1 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS.....	9
FUNCIÓN.....	9
OBJETIVO.....	10
3, PERSONAL DE PRODUCCION	11
3.1 CHEF.....	12
3,1.1 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS.....	13
4. BPM.....	14
5. HÁBITOS DEL PERSONAL	14

1. PERSONAL ADMINISTRATIVO

Generalidades

- Cualidades
- Ánimo de superación y gusto por el trabajo.
- Atento y amable: escuchar, orientar, respetar, saber interpretar, saber comunicar y ser cortés.
- Colaborador con sus compañeros y comprensivo.
- Discreto
- Honesto
- Líder
- No temperamental
- Ordenado
- Paciente.
- Responsable

Habilidades especiales

- Agilidad mental
- Diligente y eficaz.
- Trato con personas
- Toma de decisiones acertadas
- Modales
- Puntual y cumplido.
- Respetuoso con sus compañeros y con los mandatos superiores.
- Sencillo.
- Uso de un adecuado vocabulario con locución clara.
- Requisitos mínimos
- Excelente salud física y presentación personal.
- Bachilleres
- Formación técnica o profesional

1.1 GERENTE



1.1.1 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

- **Formación académica específica**

Carrera profesional de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Administración de Empresas.

Cursos o especializaciones en gestión de restaurantes.

- **Conocimientos específicos**

Montaje, operación, planeación, dirección, organización, planeación, orden y control de restaurantes y bares – Gestión del talento Humano – Producción y Servicio de A y B – Gestión financiera – Legislación para restaurantes.

- **Experiencia**

Mínima: 2 años en cargos de administración, dirección y/o gerencia en establecimientos acreditados pertenecientes al sector.

- **Habilidades**

Creatividad, originalidad, gusto, sentido común, capacidad de concentración, agilidad y certeza en toma de decisiones y solución de problemas, trato con personas y capacidad para identificar oportunidades, minimizar amenazas, construir fortalezas y eliminar debilidades.

1.1.2 DESCRIPCIÓN DEL CARGO

FUNCIÓN	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO
Actuar para el cliente	Ejecución de todas las otras funciones, pensando siempre no solo en el cumplimiento de objetivos de los inversionistas sino también en las necesidades y preferencias del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Satisfacer y superar las expectativas del cliente como cabeza de la organización
Controlar y evaluar	Supervisión del trabajo de los jefes de área y demás empleados Revisión de las instalaciones y de los procedimientos Análisis de ventas Supervisión del proceso de compra	<ul style="list-style-type: none"> ○ Optimizar el desarrollo de la actividad ○ Evitar pérdidas y robos de dinero ○ Asegurar la legalidad de las compras
Elaborar informes y documentos de la del establecimiento	Cheques Presupuesto de ingresos y egresos Plan de acción de jefes de área	<ul style="list-style-type: none"> ○ Efectuar pagos pendientes ○ Rendir cuentas a la asamblea de socios
Implementar	Implantación de normas, procedimientos, programas, estrategias, etc.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dar curso al desarrollo de las estrategias para el cumplimiento de metas y objetivos
Planear estratégicamente el desarrollo del establecimiento	Establecimiento de la visión y la misión de la empresa (junta de socios) Desarrollo del plan estratégico Determinación de objetivos y metas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Orientar a los empleados en el curso de sus labores

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

2. ATENCION AL CLIENTE (PERSONAL DE SERVICIO)

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

- **Formación Académica**

Carrera profesional en Mercadeo con cursos especializados para restaurantes vegetarianos.

- **Conocimientos Específicos**

Funcionamiento de Restaurantes y Bares – Técnicas, mecanismos y procedimientos de mercadeo para estos establecimientos – Estrategias de promoción y ventas.

- **Experiencia**

Mínima: 2 años en cargos de relaciones públicas, mercadeo y ventas de establecimientos acreditados del sector.

- **Habilidades**

Capacidad de negociación, trato con personas, don de servicio, gusto, creatividad.

2.1 MESERO



2.1.1 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

- **Formación Académica Específica**

Estudiantes universitarios en cualquier área, preferiblemente hotelera

- **Conocimientos Específicos**

Funcionamiento de restaurantes y bares – Técnicas, mecanismos y procedimientos de servicio – Tipos de servicio – Apertura y servicio de licores y vinos – Terminología de AyB – Componentes de vajilla, cristalería y cubertería

- **Experiencia**

Ninguna indispensable

- **Habilidades**

Ninguna en particular además de las generales para el personal de servicio

2.1.2 DESCRIPCIÓN DEL CARGO

FUNCIÓN	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO
Conocer la carta en su totalidad y con lujo de detalles	Aprendizaje del menú, su contenido, formas de preparación, gramaje carnes, opciones de acompañamientos, precios, sabores...	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ofrecer un excelente servicio ○ Estar en capacidad de sugerir y/o vender al cliente los productos
Desempeñar sus funciones con una excelente presentación personal	No joyas ni lociones fuertes Uñas cortas, limpias y sin esmalte Afeitados (no-barba; no-bigote) y con pelo corto para los hombres Maquillaje suave y pelo arreglado para las mujeres	<ul style="list-style-type: none"> ○ Dar una excelente impresión al cliente ○ Mantener el status del establecimiento
Montar y limpiar el Restaurante	Colocación de mantelería, tapas de papel y tendcards utilizadas en el momento Recoger cristalería, lámparas y ceniceros, subir sillas y recoger basura de la zona donde haya trabajado cada noche	<ul style="list-style-type: none"> ○ Brindar condiciones necesarias para la correcta presentación de mesas ○ Generar una buena impresión y hacer sentir cómodo al cliente
Servir y recoger mesas	Recepción y despido de clientes Presentación y toma de órdenes Elaboración de comandas y digitación del pedido en el sistema Montar cubertería y servilletas Servicio de alimentos y bebidas.	<ul style="list-style-type: none"> ○ Hacer más eficaz el proceso de servicio ○ Satisfacer necesidades y expectativas de los clientes ○ Motivar el regreso del cliente

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

3. PERSONAL DE PRODUCCION

Generalidades

- Conocimientos específicos
 - Manipulación de alimentos.
 - Uso de batería de cocina.
 - Conocimientos básicos de la preparación de alimentos.

- Cualidades
 - Ánimo de superación y gusto por el trabajo.
 - Atento y amable: escuchar, orientar, respetar, saber interpretar, saber comunicar y ser cortés.
 - Colaborador con sus compañeros.
 - Comprensivo.
 - No temperamental, tolerante y paciente.
 - Responsable
 - Sincero para expresar dudas o solicitar ayuda.

- Habilidades especiales
 - Agilidad
 - Capacidad de retención
 - Destreza manual

- Modales
 - Puntual y cumplido.
 - Sencillo.
 - Respetuoso con sus compañeros y con los mandatos superiores.
 - Uso de un adecuado vocabulario con locución clara.

- Requisitos mínimos
 - Excelente salud física, sobre todo en lo concerniente a piernas y brazos; pies y manos sanos y resistentes.
 - Aseo diario indispensable, manos cuidadas, uñas cortas y limpias, ropa y uniforme limpios y planchados y zapatos limpios y cómodos.
 - Bachilleres

3.1 CHEF



3,1.1 CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

- **Formación académica específica**

Carrera técnica – profesional de cocina

Cursos de actualización y especialización

- **Conocimientos específicos**

Dirección, organización, planeación, orden y control de cocinas – Conocimiento materias primas, equipos y técnicas de preparación de alimentos – Tiempos de cocción.

- **Experiencia**

Mínima: 5 años como jefe de partida en diferentes cocinas de restaurantes y/u hoteles acreditados

- **Habilidades**

Creatividad, originalidad, sentido común, capacidad de concentración, agilidad.

3.1.2 DESCRIPCIÓN DEL CARGO

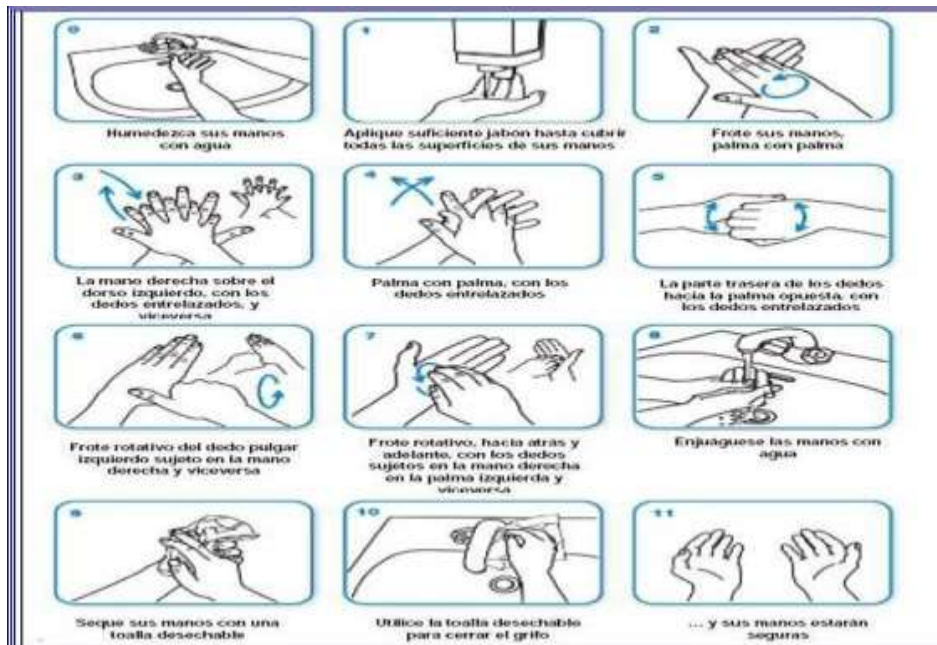
FUNCIÓN	PROCEDIMIENTO	OBJETIVO
Controlar la calidad de los procesos	Supervisión de condiciones de alimentos que recibe la cocina Aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes ○ Garantizar el servicio al cliente de un producto de la más alta calidad
Coordinar los asuntos del personal de cocina	Capacitación y entrenamiento Supervisión del trabajo Mantenimiento de disciplina y aseo	<ul style="list-style-type: none"> ○ Evaluar el desempeño del personal a su cargo ○ Mantener buenas relaciones de trabajo entre el personal
Procesar las comandas	Recepción de las comandas de los meseros Verificación de pedidos en las comandas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Controlar el proceso de producción
Realizar funciones extraordinarias	Programar y dividir el trabajo en la cocina Planeación de menús especiales para eventos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Cubrir tareas desatendidas o pendientes ○ Cumplir con todas las actividades necesarias del establecimiento.
Supervisar desempeño del personal a su cargo	Revisión del mise en place Revisión de producción de platos, calidad y presentación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Evaluar ejecución de tareas ○ Garantizar cumplimiento de estándares

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)

4. BPM

Tabla 40: Lavado de manos



5. HÁBITOS DEL PERSONAL

OTROS HABITOS IMPORTANTES

- ✓ Limpieza y mantenimiento de equipo personal
- ✓ Evitar manipular el producto cuando se está enfermo
- ✓ Evitar ingerir alimentos “riesgosos”
- ✓ No usar toalla de tela para secarse las manos
- ✓ Evitar tocarse la cara o el cuerpo
- ✓ Evitar recoger objetos del piso
- ✓ No trabajar cerca del producto cuando se tiene diarrea o gripa muy severa
- ✓ No manipular el producto cuando se tienen heridas abiertas o cuando estas supuran
- ✓ No dejar restos de comida en los lockers
- ✓ No usar el uniforme fuera del área de trabajo

Ilustración de un trabajador en un locker, manipulando un objeto del piso, lo que ilustra uno de los hábitos importantes mencionados en la lista.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: (Pirca, 2016)