



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE EN LA VÍA PANAMERICANA DEL CANTÓN
GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN:

Tipo: Emprendimientos

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA.

AUTORA: LUZ GENNY GAVÍN GUZÑAY

TUTORA: ING. SILVIA TAPIA

Riobamba - Ecuador

2018

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo emprendimientos “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE EN LA VÍA PANAMERICANA DEL CANTÓN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017.”, de responsabilidad de la señorita LUZ GENNY GAVIN GUZÑAY, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura. DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	_____	_____
Lcdo. Juan Carlos Salazar Yacelga. MIEMBRO DEL TRIBUNAL	_____	_____
Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo. DOCUMENTALISTA	_____	_____

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de titulación tipo emprendimientos ha sido minuciosamente revisado y se autoriza su presentación.

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura.

DIRECTOR

Lic. Juan Carlos Salazar Yacelga.

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, LUZ GENNY GAVIN GUZÑAY soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en este Trabajo de Titulación tipo Emprendimientos y el patrimonio intelectual de este pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Luz Genny Gavin Guzñay

DEDICATORIA

El presente proyecto de emprendimiento va dedicado a mis padres que con amor me ha sabido motivar para que siga adelante y no desfallecer en cada etapa de mi vida ya que con la gracia de Dios me ha permitido seguir adelante y superar cada obstáculo que se ha presentado en el camino, en especial quisiera mencionar al señor Luis Amaguaya y la Sra. Martha Londo por su voto de confianza y apoyo incondicional, lo cual me ayudo a culminar con éxito mi carrera.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por haberme dado salud y vida, y la oportunidad de tener a mis padres junto a mí, los cuales me han apoyado en cada etapa de mi vida con de manera moral y espiritual, brindándome consejos que me han ayudado a crecer como persona, de igual manera agradezco a todas aquellas personas que sin tener un lazo de sangre se han portado como una verdadera familia y han colaborado durante mi carrera estudiantil con sincero cariño. A mis profesores por ser quienes con dedicación y vasta experiencia nos han tenido paciencia, brindándonos sus conocimientos lo cual fue una guía muy necesaria para la elaboración del presente proyecto de emprendimiento.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación propone de la creación de un restaurante en la vía panamericana del cantón Guamote, provincia de Chimborazo. La investigación es no experimental, la metodología aplicada es de tipo descriptiva y de campo. Como técnica de recolección de datos se ha utilizado la encuesta. Para la ejecución del proyecto se ha aplicado diferentes estudios como: estudio de mercado con el fin de saber la viabilidad de comercialización del emprendimiento, determinando una demanda insatisfecha; mediante el estudio técnico se determinó el tamaño, la localización y la capacidad de producción del emprendimiento, en el estudio ambiental se establece las medidas a mitigar para el cuidado y trato del agua, aire y suelo, evitando así contribuir a la contaminación del medio ambiente. El estudio administrativo realiza el proceso de selección, contratación e inducción del personal con sus respectivos salarios. Dentro del estudio financiero se detalla el total de la inversión del proyecto el cual es de \$21,685.84 compuesto de un préstamo de \$11,864.13, con proveedores de materia prima de \$7,821.71 y un capital propio de \$2,000.00. Al aplicar los índices económicos financieros se concluye que el emprendimiento es viable ya que valor actual neto de \$ 42,818.72 (VAN), una tasa interna de retorno (TIR) de 65%, la relación beneficio costo es de \$1.8, el periodo de recuperación de la inversión será de 2 año. Se recomienda garantizar la calidad del producto y servicio manteniendo una constante innovación en cada una de las preparaciones para así satisfacer las necesidades de los clientes generando fuentes de empleo y contribuir al desarrollo del cantón, provincia y país.

Palabras clave: < TECNOLOGÍA Y CIENCIAS MÉDICAS>, < EMPRENDIMIENTO>, <<ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, < PRODUCTOS ANDINOS >, < TÉCNICAS Y MÉTODOS DE COCCIÓN>, < GUAMOTE (CANTÓN)>.

ABSTRACT

The present degree work proposes the creation of a restaurant in the Pan-American Highway in Guamate canton, Chimborazo Province. The investigation is no experimental, the descriptive and field methodology was applied. As a technique of data recollection, it used the survey. To execute the project, different studies have been applied as a market study with the objective to know the viability of marketing entrepreneurship, determining an unsatisfied demand through the technical study the size, the localization, and the entrepreneurship production were determined, in the environmental study measures are established to mitigate the care and treatment of water, air and land avoid contributing to the environment pollution. The administrative study makes the selection, recruitment, and induction of the staff with their wages. Within the financial study is detailed the total project investment which is \$21,685.84 a compound of the loan \$11,864.13 with raw material suppliers \$7,821.71 and \$2,000.00 as own capital. Applying the financial economic indicators is conclude that the venture is viability that a net present value of \$42,818.72 (NPV) with the internal rate of return (IRR) of 65% the cost-benefit relation is \$1.8 the recovery period will be two years. It is recommended to guarantee the product and service quality, maintained a constant innovation in each of the preparations to meet the needs of customers generating sources of employment and contribute to the town, province, and country development.

Key Words: Economic and Administrative Sciences – Entrepreneurship – Viability Study – Andean Good – Techniques and Methods of Cooking – Guamate (Town)

TABLA DE CONTENIDO.

CERTIFICADO	ii
CERTIFICACIÓN	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INDICE DE ANEXOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS:	xiv
ÍNDICE DE IUSTRACIONES:	xv
ÍNDICE DE FIGURAS:	xv
CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES	1
1.1. Introducción.	1
1.2. Objetivos	2
<i>1.2.1. Objetivo general</i>	2
<i>1.2.2 Objetivos específicos:</i>	2
CAPÍTULO II. BASES TEÓRICAS	3
2.1. Marco teórico	3
<i>2.1.1. Restaurante</i>	3
<i>2.1.2. Los productos andinos y nuestra identidad</i>	9
<i>2.1.3. Técnicas y Métodos culinarios.</i>	10
<i>2.1.4. Facetas del proyecto.</i>	14
<i>2.1.5. Cantón Guamate.</i>	19
<i>2.1.6. Cultura de la serranía ecuatoriana.</i>	23
2.2. Marco conceptual.	26
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	28
3.1. Tipo y diseño de la investigación.	28
3.2. Técnicas de recolección de datos.	28
3.3. Segmento de mercado.	29
3.4. Universo	30

3.5. Muestra	30
3.6. Tabulación y análisis de resultados	32
4.1. Identificación de la Idea	45
4.1.1. Lluvia de ideas	45
4.1.2. Justificación	47
4.1.3. Nombre del emprendimiento	48
4.1.4. Descripción del emprendimiento	48
4.1.5 Aplicación del FODA	53
4.2. Estudio de Mercado	54
4.2.1 Demanda.....	54
4.2.2. Oferta	56
4.2.3. Demanda insatisfecha	57
4.2. 4. Mix de mercado	58
4.2.5. Análisis del sector.....	60
4.2.6. Cargos y funciones del área comercial	62
4.2.7. Determinación de inversiones y gastos del área comercial	63
4.3. Estudio Técnico	63
4.3.1 Determinación del tamaño de la empresa.....	63
4.3.3 Localización.....	65
4.3.4 Proceso de producción	67
4.3.6. Diseño de la planta.....	73
4.3.7. Estructura de costos de producción	74
4.3.8. Determinación de activos fijos para producción.....	77
4.3.9. Programa pre operativo.....	78
4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental.....	79
4.4.1. Organización	79
4.4.2. Marco Legal	88
4.4.3. Permisos requeridos para su funcionamiento	89
4.5 Estudio Financiero	93
4.5.1. Análisis de la inversión.	93
4.5.2 Presupuestos.....	95
4.5.3. Estado de Ganancias y Pérdidas	97
4.5.4. Estado de Situación Financiera.....	97
4.5.5. Estado de Flujo del Efectivo	98
4.5.6. Evaluación Económica.	99
4.5.7. Evaluación Financiera.....	100

4.5.8. Evaluación Social	103
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES.....	105
BIBLIOGRAFÍA.....	107
ANEXOS.....

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Encuesta.....
ANEXO B: Receta estándar.
ANEXO C: Manual de funciones.
ANEXO D: Menú del restaurante "LO NUESTRO"
ANEXO E: Tríptico.
ANEXO F: Tarjeta de presentación.....

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1-2: Comida típica de Guamote.....	22
Tabla 1-3: Segmentación de mercado.	29
Tabla 2-3: Estratificación de la muestra.	32
Tabla 3-3: Implementación del restaurante.	32
Tabla 4-3: Preferencia de consumo en el restaurante.	33
Tabla 5-3: Valor económico que estaría dispuesto a realizar.	35
Tabla 6-3: Forma de pago que prefieren.	36
Tabla 7-3: Frecuencia con la que visita un restaurante.	37
Tabla 8-3: tipo de servicio que prefiere.....	38
Tabla 9-3: Horario de atención que prefieren.....	39
Tabla 10-3: Implementación de un servicio a domicilio.	40
Tabla 11-3: Medios de comunicación que frecuenta.	41
Tabla 12-3: Personas satisfechas con el servicio de A&B que ofrece el cantón Guamote.	42
Tabla 13-3: Razones por la que asistiría a un restaurante.....	43
Tabla 1-4: Lluvia de ideas.....	45
Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea.....	46
Tabla 3-4: Evaluación de las ideas.	47
Tabla 4-4: Selección del nombre del emprendimiento.	48
Tabla 5-4: Políticas y Estrategias.	49
Tabla 6-4: Matriz Foda del restaurante.	53
Tabla 7-4: Tasa de crecimiento poblacional año 2017-2022	54
Tabla 8-4: Demanda proyectada restaurantes Cantón Guamote.	55
Tabla 9-4: Oferta proyectada.....	57
Tabla 10-4: Demanda insatisfecha cantón Guamote.	58
Tabla 11-4: Cargos y funciones del área comercial.....	62
Tabla 12-4: Inversiones del área comercial.	63
Tabla 13-4: Gastos del área comercial.	63
Tabla 14-4: Gastos del área comercial.	63
Tabla 15-4: Producción del restaurante “LO NUESTRO”.	64
Tabla 16-4: Parámetros para determinar la localización del emprendimiento.	65
Tabla 17-4: Resultados.....	65
Tabla 18-4: Receta estándar.	70
Tabla 19-4: Ficha de descripción del puesto.	71
Tabla 20-4: Ficha de descripción del puesto.	72
Tabla 21-4: Mano de obra directa.	74
Tabla 22-4: Costo de la materia prima por receta.....	74
Tabla 23-4: Costos indirectos de fabricación.	75
Tabla 24-4: Consumo de servicios básicos.....	75
Tabla 25-4: Combustible.....	76
Tabla 26-4: Mantenimiento.....	76
Tabla 27-4: Depreciación de activos fijos.	76
Tabla 28-4: Activos fijos para producción.	77
Tabla 29-4: Resumen de activos fijos.	77

Tabla 30-4: Gastos de experimentación.	78
Tabla 31-4: Gastos para contratación de talento humano.	81
Tabla 32-4: Ficha de descripción del puesto gerente.	83
Tabla 33-4: Ficha de descripción del puesto.	84
Tabla 34-4: Ficha de descripción del puesto.	85
Tabla 35-35: Ficha de descripción del puesto.	86
Tabla 36-4: Ficha de descripción del puesto.	87
Tabla 37-4: Ventajas y desventajas de la ley del artesano.	88
Tabla 38-4: Permisos requeridos para su funcionamiento.	89
Tabla 39-4: Mitigar el impacto ambiental.	91
Tabla 40-4: Matriz de mitigación del impacto ambiental.	92
Tabla 41-4: Análisis de la inversión.	93
Tabla 42-4: Fuentes y Usos.	94
Tabla 43-4: Presupuestos de costos de producción.	95
Tabla 44-4: Presupuestos de gastos de administración.	96
Tabla 45-4: Presupuestos de gastos de venta.	96
Tabla 46-4: Presupuestos de gastos financieros.	97
Tabla 47-4: Estado de pérdidas y Ganancias.	97
Tabla 48-4: Estado de Situación Financiera.	98
Tabla 49-4: Flujo de efectivo.	98
Tabla 50-4: Prueba ácida.	99
Tabla 51-4: Valor actual neto.	100
Tabla 52-4: Tasa interna de retorno (TIR).	100
Tabla 53-4: Tasa mínima de rendimiento.	101
Tabla 54-4: Periodo de recuperación de la inversión.	101
Tabla 55-4: Relación beneficio costo.	102
Tabla 56-4: Punto de equilibrio.	102
Tabla 57-4: Punto de equilibrio.	103
Tabla 58-4: Evaluación social.	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS:

Gráfico 1-3: Implementación del restaurante.	32
Gráfico 2-3: Preferencia de los clientes.....	34
Gráfico 3-3: Valor que está dispuesto a cancelar	35
Gráfico 4-3: Forma de pago que prefiere.	36
Gráfico 5-3: Frecuencia con la que visita un restaurante.....	37
Gráfico 6-3: Tipo de servicio que prefiere.	38
Gráfico 7-3: Horario de atención que prefiere.....	39
Gráfico 8-3: Implementación de un servicio a domicilio.	40
Gráfico 9-3: Medios de comunicación que frecuenta.	41
Gráfico 10-3: Personas satisfechas con el servicio existente.	42
Gráfico 11-3: Razones por las que regresaría a un restaurante.	43
Gráfico 1-4: Crecimiento Poblacional del Cantón Guamate.	55
Gráfico 2-4: Demanda proyectada.	56
Gráfico 3-4: Oferta proyectada.	57
Gráfico 4-4: Demanda proyectada.	58
Gráfico 5-4: Punto de equilibrio.....	103

ÍNDICE DE IUSTRACIONES:

Ilustración 1-4: Logotipo del restaurante “LO NUESTRO”	59
Ilustración 2-4: Macro localización del emprendimiento.....	66
Ilustración 3-4: Micro localización del emprendimiento.	66

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1-4: Significado de la señalética del flujograma de procesos.....	68
Figura 2-4: Diagrama de flujo.....	69
Figura 3-4: Diseño de la planta.	73
Figura 4-4: Organigrama estructural.....	79
Figura 5-4: Organigrama funcional de la empresa.	80

CAPITULO I. ASPECTOS GENERALES

1.1. Introducción.

Guamote es un cantón que trae consigo una riqueza gastronomía, cultural, historia, muy diversa la cual no ha sido explotada de una manera total por las empresas restauranteras del sector dejando un vacío y pérdida de interés de turistas nacionales y extranjeros. En la actualidad se brinda un servicio de alimentación, en ambientes que se ven ya desgastados con el tiempo, cayendo en la cotidianidad, con productos faltos de calidad.

Mediante la creación de un restaurante en la vía panamericana en el Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, se pretende potenciar la gastronomía del cantón, creando un restaurante donde los comensales disfruten de un platillo de calidad, se relajen en un lugar con un ambiente único, logrando enriquecer su conocimiento cultural satisfaciendo así las necesidades del consumidor.

El presente emprendimiento está dividido en tres unidades de estudio: la primera unidad consta de: objetivos general y específico, marco teórico, las fases del proyecto empresarial, la metodología aplicada donde encontramos: universo, muestra, estratificación, instrumento para la recolección de datos, fuentes de investigación; primarias y secundarias, también está el estudio e mercado donde se determina la oferta y la demanda, localización del emprendimiento, el tamaño de la empresa, diseño de la planta, requerimiento del talento humano con requisitos mínimos para cada puesto de trabajo.

En la segunda unidad se analizó los resultados obtenidos tras la aplicación de las encuestas, para levantar la información, mediante la gráfica y análisis de los resultados obtenidos, permitiendo así conocer la aceptación que tendrá el emprendimiento.

En la tercera unidad de la investigación, se puede observar los siguientes estudios: técnico, legal, administrativo, ambiental, y financiero. Mediante los cuales se ha desarrollado la propuesta de la creación de un restaurante en la vía panamericana del Cantón Guamote. Determinado así la viabilidad del emprendimiento. Finalmente encontramos las conclusiones, recomendaciones obtenidas al finalizar el emprendimiento.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general.

- Desarrollar el estudio de factibilidad para la Creación de un restaurante en la vía Panamericana del Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo.

1.2.2 Objetivos específicos:

- Realizar el estudio de mercado con el fin de conocer la demanda insatisfecha.
- Definir un plan de empresa con sus diferentes estudios.
- Determinar la evaluación económica, financiera y social del emprendimiento para su factibilidad.

CAPÍTULO II. BASES TEÓRICAS

2.1. Marco teórico.

2.1.1. *Restaurante.*

El término "RESTAURANTE" es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, por un francés de apellido Boulanger, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de 'restaurants' porque reconfortaban, y así las anunciaba en el exterior de su negocio: venite adme omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos. No eran los parisinos que en el año 1775 sabían leer francés y menos latín, pero los que podían sabían que Dossier Boulanger, el propietario decía: venid a mis todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo restauraré.” (Gaspar, 2010)”

La restauración del nuevo milenio: El concepto de Restauración ha sufrido una gran transformación en las últimas décadas, entrando en la fase de masificación o popularización.” (Gallegos, 2010)”

Acudir a un restaurante ya no es un acto inusual o esporádico, al contrario se ha convertido en un hábito potenciado por la nueva sociedad que nació después de la II Guerra Mundial: la del consumo. Sin duda hemos entrado en una nueva etapa donde la gastronomía ya no es un patrimonio de pocos, sino al contrario se ha convertido en un acervo cultural de las gentes que adquieren experiencia culinarias en su entorno cercano o a grandes distancias por efecto del turismo.” (Gallegos, 2010, págs. 13-14)”

Al hacer una cronología de la evolución de comidas y bebidas, durante este siglo se establece tres periodos: “ (Gallegos, 2010, págs. 13-14)”

1. El primero está situado en las cinco primeras décadas y estaba representado por una cocina de base antigua que procedía del siglo XVI y donde España jugó un papel preponderante en esta fusión culinaria con el descubrimiento de América, la cocina que llega a principios del siglo xx está basado en preparaciones muy sustanciosas, de larga elaboración y con

grandes influencias francófonas que había asumido la preponderancia gastronómica en Europa. (Gallegos, 2010, págs. 13-14)”

La cocina popular y tradicional se alimentaban de guisos y estaban impregnadas de los productos y materia primas de las áreas agrícolas y rurales siendo el cerdo y pollo- gallina las piezas básicas de su contenido proteico, así como las legumbres para los potajes y cocidos (garbanzos, lentejas, judías, etc.) o cereales como el arroz.” (Gallegos, 2010, págs. 13-14)”

2. Una segunda etapa tiene su inicio con el “boom turístico” que hace su aparición a finales de la década de los cincuenta y que prácticamente dura dos décadas, es decir hasta mediados de los setenta. Estamos en la edad barroca de la cocina o mejor dicho en la edad de la cocina turística, periodo que no fue muy afortunado desde el punto de vista culinario. Aquí la hotelería principalmente, que es el motor y factor de desarrollo para la cocina, se pone en manos de los tratados culinarios en Escofier y otros maestros franceses.” (Gallegos, 2010, págs. 13-14)”
3. El actual periodo que comienza a mediados de los setenta, tuvo su detonante con la aparición de la denominada “Nouvelle cuisine” que lidero el francés Paul Bocuse, esta nueva cocina, que había estado trabajando en Japón durante un cierto tiempo, trato de aportar un concepto de la culinaria muy diferente y, así, se definió como una cocina de mercado, ligera, de cocciones “al dente”, creativa y respetuosa con las tradiciones.” (Gallegos, 2010, págs. 13-14)”

2.1.1.1. La restauración. Orígenes y evolución.

Desde la década de los años 70, se viene utilizando en España el término Restauración para hacer referencia a lo relacionado al tema de alimentos, bebidas y establecimientos que brindan estos servicios. El vocablo “restaurador” se utiliza para designar a la persona que restaura un objeto artístico y valioso. La naturaleza reconoce un alto valor al cuerpo humano, el cual de hecho se repara o restaura del desgaste y deterioro, diariamente mediante la alimentación. De lo anterior se deriva el significado de Restauración que se usa para este trabajo, como la acción de alimentación mediante la cual se restaura el gasto de energía del cuerpo, enmarcada de forma particular a restaurantes y al mundo del turismo y la hotelería.” (Roteta , Los costos en la mesa de buffet., 2011)”

Dicen que los primeros restauradores modernos aparecieron como consecuencia de que la Revolución Francesa provocara la caída de la aristocracia. Cerradas las grandes mansiones, algunos de los cocineros que elaboraban aquellos exquisitos platos para sus antiguos señores se vieron en la necesidad de buscar trabajo en los comedores «à la carte». De otros se tiene conocimiento de que se establecieron por su cuenta. La Restauración ha ido evolucionando a nivel comercial desde la base de grandes empresas, que enfrentadas al hecho de dar de comer a numerosísimas plantillas de trabajadores en un período de tiempo, acabaron con la idea tradicional de un comedor para evolucionar hacia el auto-self o self-service. El negocio de restaurantes, bares, cafeterías y similares de estructura familiar va poco a poco remodelándose y adquiriendo un nuevo carácter, más empresarial, donde ya no se trata de garantizar un salario a la familia sino de una inversión de capital a la que hay que rentabilizar.” (Roteta , Los costos en la mesa de buffet., 2011)”

Existe hoy una diversidad sorprendente de instalaciones de restauración, desde la más elemental hasta la más sofisticada, acorde a la variedad de deseos y necesidades de la sociedad en su amplio conjunto.” (Roteta , Los costos en la mesa de buffet., 2011)”

Los nuevos caminos de la restauración: estos primeros años surgen marcados con una evolución constante de la restauración, aunque sigan existiendo muchos establecimientos que continúan en un atraso conceptual y de modernidad que fácilmente se comprueba al entrar en locales donde se percibe falta de actualización e innovación si tenemos en cuenta las tendencias y estilos que marcan las nuevas necesidades de esta sociedad de esta primera década. ” (Ortiz, Ortiz, & Muela, 2010)”

2.1.1.2. Clasificación de los restaurantes por el tipo de servicio:

“Los restaurantes pudieran clasificarse según el tipo de servicios que prestan, la atmósfera, la especialidad culinaria que ofrecen, el tipo de propiedad.” (Roteta , La Restauración. Orígenes y evolución., 2011)”

- Según el servicio: Pueden ser con el servicio en la mesa, servicio en la barra, la cafetería, tipo buffet, servicio en el carro y autoservicio o self-service.
- Por su atmósfera puede ser: Aquel que ofrece todo tipo de comidas, también llamado internacional, una cafetería, un merendero, un comedor, un centro nocturno con restaurante y con espectáculo.
- Por su especialización en la cocina: Restaurante de cocina internacional, restaurante típico de una región o país, grill, especializado en parrillas o barbacoas, comida de mar, puesto de comida rápida, vegetariano, restaurante de hamburguesas y perro caliente, pizzería, fuente de soda, lonchería (donde vendan desde jugos, café, té y sándwiches o bocaditos hasta comida completa), un restaurante especializado (comida árabe, macrobiótica, pastas, ensaladas).
- Por el tipo de propiedad puede ser: Perteneciente a una cadena de restaurantes, franquicia, multiunitario, independiente.” (Roteta , La Restauración. Orígenes y evolución., 2011)”

2.1.1.3. Clasificación de los restaurantes en el siglo XXI.

Cuando estamos en el camino de la primera década del siglo XXI podemos afirmar que la oferta de establecimientos que ofrecen y prestan servicio de comidas se ha diversificado de tal manera que podemos hablar de una verdadera transformación en el mundo de la restauración. “ (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

Por otra parte los restaurantes no solo son lugares para comer sino que el mundo actual los ha convertido en espacios sociales donde se puede disfrutar de las culturas gastronómicas, se conversa,

se hace negocio, nos incorporamos al mundo de las modas o simplemente, disfrutamos del ocio. “ (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

1. Restaurantes de “Cocina de Autor” reconocidos.

Son aquellos que en los últimos años han desarrollado una cocina singular, creativa de influencias autónomas, mediterránea, etc. Que son reconocidas por un público exigente y conocedor y que se ha convertido en una referencia para los profesionales así como para los medios de comunicación. La oferta culinaria de estos establecimientos se complementa con el servicio en el comedor, donde el buen hacer de los responsables y de todo el equipo de colaboradores redondean la propuesta de los cocineros autores convirtiéndoles en un restaurante con firma.” (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

2. Restaurantes asiáticos

En los últimos años ha habido una apertura importante de establecimientos que corresponden a las cocinas asiáticas. Como es natural no se puede englobar a todos en la misma oferta, pues hay una gran diferencia entre los que representan a la cocina china, japonesa, tailandesa o la vietnamita.” (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

3. Restaurantes Autónomos.

Hay una proliferación afortunada en muchos casos de restaurantes que representan las cocinas autóctonas. Durante las últimas décadas se han ido recuperando recetas de los platos más significativos de todas las regiones, unos guardando la tradición y otros, modernizándose siguiendo las nuevas tendencias culinarias. “ (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

4. Restaurantes Franquicias

En los últimos años ha habido un enorme desarrollo de las franquicias en la restauración. De los clásicos Tex-Mex o temáticos. “ (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

5. Otros restaurantes

La diversidad de la restauración es tan amplia que se hace compleja su clasificación. Las cafeterías han vuelto a recuperar su espacio y quizá fueron los VIP'S con su multioferta, hoy muy diferente a la de sus inicios, los que proporcionaron la Cafetería de nuevo como lugar para comer con un estilo diferente. Otra restauración muy peculiar es la de la carretera, las autopistas o autopistas, han permitido atraer empresas especializadas que tienen una oferta muy adecuada a espacios que no tienen nada que ver con aquellos establecimientos de otras épocas.” (Gallegos, 2010, págs. 361-365)”

2.1.1.4. El Menú.

El menú es un conjunto de los servicios de comida y bebida de un restaurante para satisfacer las necesidades y expectativas de sus huéspedes. Ofrecer aquello que los clientes quieren y aprecian y es, por lo tanto, su “plan de producto”. Normalmente incluye pan, postre y bebida a un precio global y se distingue de la carta ya que está en la relación de comidas y bebidas que ofrece el restaurante con precios individualizados y divididos en secciones, según la clase de alimentación y las bebidas, preparación de platos, especialidades, etc. “ (Izquierdo, 2011)”

Un menú y una carta adecuados son los que hacen el uso más eficiente de los recursos disponibles y aseguran la máxima rentabilidad, así en principio, parece que cuantos más platos haya en el menú más necesidades y expectativas de los clientes quedarán satisfechas por lo que el menú largo parece ideal. Sin embargo es lo contrario un menú reducido suele ser más rentable que uno extenso. “ (Izquierdo, 2011) “

Tanto la variedad de los manjares como el precio es consonancia con la categoría del establecimiento. El menú es confeccionado por el jefe de cocina y su composición depende muchas veces del mercado, ya que los manjares que los integran se consideran platos del día. Normalmente se preparan dos menús uno para el almuerzo y otro para la comida o cena.” (Razo, 2013)”

Seguridad e higiene del restaurante

Las dos áreas principales en la mayor parte de las operaciones del servicio de alimentación son:

1. El área de preparaciones de los alimentos.
2. El área de servicio de los alimentos.

“(Sutherland, 2010)”

En ambas áreas la seguridad y la higiene son de gran importancia, no obstante en términos generales se puede asumir que los factores seguridad/accidentes son predeterminantes dentro del complejo de la cocina por diversas razones: “(Sutherland, 2010)”

1. La cantidad de maquinaria estática y automatizada.
2. El estado de la superficie del suelo que puede ser engañoso.
3. La variedad y la cantidad de utensilios que si se emplean correctamente.
4. La actividad casi frenética que puede prevalecer durante un periodo de servicio urgente.

“(Sutherland, 2010)”

2.1.2. Los productos andinos y nuestra identidad.

Los productos que América aportó al mundo son tan variados que pueden alcanzar uno por cada día del año; los pueblos originarios sabían más de 200 formas de prepararlos y conservarlos para que no faltaran en sus mesas o pampa-mesas. “(Pazos Barrera , 2010)”

- El maíz con más de 100 variedades; enriquecía con sus variadas recetas el equilibrio alimenticio para todos los comensales. “(Pazos Barrera , 2010)”
- El amaranto: noble flor decorativa que esta parecida a la quinua y en la etapa más madura, hoy sabemos, aporta con más nutrientes proteicos que la carne o proteína animal; las grandes industrias ya lo identificaban como el alimento del futuro, tanto que lo utilizan como el principal producto para alimentar en el espacio de los astronautas. “(Pazos Barrera , 2010)”
- La quinua: graminácea andina es el único alimento proteico vegetal que reúne los nutrientes de la leche materna. Se ha utilizado en muchas etapas del proceso alimentario y de sustentación en las comunidades y grandes centros humanos. “(Pazos Barrera , 2010)”
- Camote: el follaje contiene carbohidratos proteínas y celulosa poseen alto contenido de calcio, fosforo, carbohidratos, entre otros elementos. “(Pazos Barrera , 2010)”

- La mashua: el tubérculo posee una textura arenosa y contiene 15% de proteínas con alto porcentaje de carbohidratos y 80 % de agua. La mashua tiene un sabor acre y picante pero se desaparece con la cocción y se vuelve dulce. “ (Pazos Barrera , 2010)”
- Papa: pese a no poseer un alto valor proteínico, la papa tiene un alto nivel nutricional, además tiene la capacidad de producir más calorías que cualquier otro cultivo. Posee almidón, minerales y múltiples vitaminas. En 100 g encontramos 78 g de humedad, 18,5 g de almidón y es muy rico en potasio y vitamina C. “ (Pazos Barrera , 2010)”
- Oca: es un producto que aporta más fibra que la papa y fuente importante de vitamina C, también se utiliza deshidratada, la que se conoce como kaya, contiene carbohidratos entre un 11-22 %.
“ (Pazos Barrera , 2010)”

2.1.3. Técnicas y Métodos culinarios.

Cuando cocinamos un alimento estamos transformando de forma significativa las cualidades físicas y organolépticas de la misma, es decir partiendo de cierta estructura obtenemos otra significativamente distinta. Gracias a este proceso los alimentos sufren una serie de variaciones que les van a otorgar una textura y sabor característico, obteniendo un producto más apetecible al paladar. El calor que reciben los alimentos se refleja primero en la capa más externa del mismo transmitiendo hacia el interior por conducción. Esto trae consigo que gracias a los distintos procesos de cocinado y diferentes tiempos de cocción se obtengan resultados significativamente peculiares. “ (Péres & Pozuelo, 2009, pág. 3)”

2.1.3.1. Técnicas culinarias.

- “Asar: es una técnica de cocción de los alimentos más populares de esta parte del continente los hallazgos arqueológicos más antiguos se remontan al precerámico. Tiene la ventaja la

rapidez con la que los alimentos logran su cocción, no es necesario el uso de la grasa o agua y los alimentos conservan su sabor original. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Asar a la parrilla o en asador: asar a la parrilla de las formas de cocinar más apegadas a los hábitos ancestrales. Por este método los alimentos son colocados sobre una parrilla y expuestos directamente al fuego producido por carbón, madera, o taquia (excremento seco de camélidos).

“ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Asar dentro de una caña: otra técnica propia de la selva, consistía en asar los pescados muy pequeños dentro de un pedazo de carrizo llamado marona, y que los extremos se tapaban con greda blanca u hojas de mishqui-panga antes de ponerlos a la parrilla.

“ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Asar en las cenizas: el asar al rescoldo o ñupuni corresponde a arrimar los alimentos al fogón o barbacoa, para que se cocinen en la brasa menuda resguardada por la ceniza. De este modo se cocinaban los tubérculos, los choclos enteros envueltos en sus hojas.

“ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Pachamanca: asar en un horno de piedras calientes: la pachamanca significa “olla de tierra” en quechua, es una de las más famosas técnicas prehistóricas de asar los alimentos entre piedras calientes que luego se cubren de tierra para no dejar escapar el calor. En un primer instante se puede pensar que es igual a la huanti, pero la diferencia sustancial es que los alimentos son protegidos con hierbas que actúan de aislantes de la tierra. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Huanti: asar con terrones de tierra, adobes o arena caliente. La huanti es una de las técnicas culinarias prehistóricas más populares en los andes centrales. Consiste en intercambiar tubérculos (papas, ocas, camotes, achira, etc.). Entre terrones o adobes calientes y luego cubrir todo con tierra para conservar el calor. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Las piedras calientes: otra de las técnicas culinarias más antiguas de los Andes es la cocción de diferentes carnes, tubérculos y guisos al contacto con las piedras calientes, es decir, una vez que las piedras pasan del rojo vivo al ceniciento se colocan encima o entre los alimentos. Tal como funcionan ciertos aparatos de las cocinas modernas. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”

- Hervido: es una técnica de cocción más importante y común entre los pobladores del antiguo imperio de los incas y aún lo es para todos los campesinos sudamericanos, porque es la técnica empleada para la preparación de la mayor parte de sus comidas y bebidas debido a toda la inmensa cantidad de posibles combinaciones que les permite realizar. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”
- Fermentado: la fermentación fue una de las técnicas más estimadas en el tiempo de los incas. Se lo empleaba para la preparación de tocosh de papas o de maíz, productos que tienen las propiedades medicinales de prevenir o curar infecciones y enfermedades causadas por las frecuentes bajas temperaturas de la sierra. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”
- Tostado: en un principio la técnica del tostado se efectúa enterrando los granos en el rescoldo o cenizas calientes. Pero mucho más popular, en el tiempo de los incas, fue el empleo de las tostadoras de arcilla, para la elaboración de maíz tostado. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”
- Cocción al vapor: la técnica de cocción al vapor se emplea en muy pocos productos, sin embargo todos ellos son muy estimados.
- En puno son muy estimados unos bonetes de quinua y cañiua que se les llaman kispíños. “ (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)”
- Alimentos envueltos en hojas: una de las técnicas culinarias más apreciadas de los antiguos pobladores de toda América era envolver los alimentos y las masas de maíz en las hojas del mismo maíz denominada ppancca o challa, o con las hojas de achira o de bijao, y que luego se cocinan en agua, al vapor o a las brasas.” (Pazos Barrera , 2010, págs. 22-28)

2.1.3.2. *Métodos de cocción de los alimentos*

En función de lo establecido en el punto anterior debemos destacar que existen muchas clases de alimentos sobre los que se aplican los distintos procesos de cocción teniendo en cuenta las siguientes pautas: “ (Pérez & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”

- Cada tipo de alimentos admite unos métodos de cocinado en función a sus características incluso es necesario resaltar que algunos alimentos adquieren y potencian todas sus cualidades aplicando un método de cocinado en particular. “ (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”
- Los tiempos de cocción dependerán del método de cocción que hayamos seguido y por su puesto de la dureza de los ingredientes que lo compongan sin olvidar que el tamaño también influye. “ (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”

En general existen una serie de intercambios de las sustancias o componentes del alimento y el medio en el que este se cocina. En este sentido distinguimos que la cocción se realiza bajo tres métodos. “ (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”

Por concentración: se basa en que el alimento se cocina gracias a una elevada temperatura lo que posibilita que se conserve la mayor parte de los jugos nutritivos, al coagularse las proteínas de las capas exteriores. Podemos diferenciar: “ (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”

- Dentro de la cocción en elemento húmedo: aquellos que se elaboran al vapor.
- Dentro de cocción en elemento gaseoso: todos los asados.
- Dentro de la cocción en elemento graso: los cocinados a la gran fritura y los salteados.

“ (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”

Por expansión: en este sentido el alimento intercambia sus componentes con el medio con el que se cocina, traspasándole al líquido de cocción los elementos y nutrientes de los que está compuesto. “ (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)”

Mixta: se basa en la utilización, por concentración y por expansión. Se comienza por la caramelización del producto de grasa seguida de la utilización de un elemento líquido, que favorece el intercambio de los jugos del alimento y del fondo de cocción.” (Péres & Pozuelo, 2009, págs. 4-5)

2.1.4. *Faces del proyecto.*

2.1.4.1. Estudio de mercado.

El estudio de mercado es un punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación a la calidad, la cantidad y precio.

En el estudio de mercado se tiene que:

Es el punto de partida de la presentación detallada del proyecto.

Sirva para los análisis técnicos, financieros y económicos.

Abarca variables sociales y económicas

Recopila y analiza antecedentes para la ver la conveniencia de producir y atender una necesidad.

Con el estudio de mercado se busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquirirá a un determinado precio.” (Padilla, 2012).”

2.1.4.1.1. Determinación y segmentación de la población objetivo.

El plan de muestreo debe contener:

1.- Definir la población en los siguientes términos: elemento (a quien solicita la información), unidad (lugar donde se encuentra el elemento), alcance (cobertura del estudio), tiempo (cuando se va a realizar el estudio). “ (Dávila, 2011)”

2.- Definir el marco muestral: es una lista de todas las unidades de muestreo disponibles para su elección en una etapa de procesos de muestreo. “ (Dávila, 2011)”

- **Demanda**

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido. “ (Mankiw, 2002).”

- **Oferta**

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros. “ (Aquino, 2008)”

- **Demanda insatisfecha.**

En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente. “ (Acosta, 2013)”

2.1.4.1.2. El marketing mix.

El marketing mix es uno de los elementos clásicos del marketing, es un término creado por McCarthy en 1960, el cual se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. “ (Espinoza, 2014)”

2.1.4.1.3. Variables del marketing mix: las 4ps.

-Producto.- es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. “ (Espinoza, 2014)”

-Precio.- es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de nuestros productos debemos estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él. “ (Espinoza, 2014)”

-Plaza.-

En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. “ (Espinoza, 2014)”

-Promoción.-

Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. “ (Espinoza, 2014)”

2.1.4.2. Estudio técnico.

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos de instalación y equipamiento que son indispensables para la Ejecución de un proyecto.” (Eugenia, 2011)”

- Tamaño

Determinación del tamaño de la empresa, es decir saber cuál será nuestra proyección a medida que pasa el tiempo, el tamaño de la empresa se basa en la demanda y rentabilidad del producto. “ (Eugenia, 2011)

2.1.4.3. Estudio Administrativo.

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. Para hacer el estudio se debe empezarse por elaborar un organigrama de la empresa, asignar funciones y responsabilidades, dicho estudio debe incluir también una descripción detallada de los costos administrativos acompañado de cifras, el aspecto legal de la empresa, nombrando razón y objeto social, los permisos que requiere y los trámites de constitución necesarios. El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.” (Luna, 2013)”

2.1.4.4. Estudio Legal.

El estudio 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. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.” (Luna, 2013)”

2.1.4.5. Estudio financiero.

El estudio financiero tiene como objetivos principales el conocer la inversión o financiamiento necesario para el negocio, determinar los ingresos esperados, la tasa interna de rendimiento y de retorno de la inversión, así como el tiempo requerido para alcanzar el punto de equilibrio.

“ (Palacios , 2012)”

Ahora bien, el desarrollo de este aparte del plan de negocios es de gran cuidado, ya que esta es la sección que obtendrá la máxima atención de sus posibles inversionistas. Todas las ideas, conceptos y estrategias expuestas confluyen en un estado financiero y sus proyecciones. Nada interesa más a un inversionista como el saber qué se hará con el dinero y cuando vera ganancias del negocio.

En ese sentido, las variables a tener en cuenta son: “ (Palacios , 2012)”

Costos Fijos

Los costos principales en lo que se incurre sin importar el volumen de ventas, tales como recursos humanos, consumibles de oficina, seguros, contabilidad externa, entre otros. “ (Palacios , 2012)”

Costos Variables

Están relacionados directamente con el volumen de ventas, por ejemplo en el caso de producir un pan, cada pan tendrá un costo de producción y si vende 10 panes, tendrá que pagar 10 tantos de producción. “ (Palacios , 2012)”

Precio de Ventas

Es el precio al que usted espera vender su producto. “ (Palacios , 2012)”

Volumen de Venta

Es el número de unidades que piensa poder vender o requeridos para cubrir sus costos.

El dinero en efectivo es la sangre que le permitirá a su negocio sobrevivir. El ritmo al que su negocio consume dinero será la base para determinar sus requerimientos adicionales en caso de tener atrasos. Pregúntese por ejemplo: ¿Cuánto efectivo consume al mes el negocio? Los reportes financieros por lo general cubrirán los primeros tres a cinco años. “ (Palacios , 2012)”

2.1.4.6. Estudio Ambiental.

“Se llama evaluación de impacto ambiental o estudio de impacto ambiental (EIA) al análisis, previo a su ejecución, de las posibles consecuencias de un proyecto sobre la salud ambiental, la integridad de los ecosistemas y la calidad de los servicios ambientales que estos están en condiciones de proporcionar. “ (Briceño G. , 2008)”

El EIA se refiere siempre a un proyecto específico, ya definido en sus particulares tales como: tipo de obra, materiales a ser usados, procedimientos constructivos, trabajos de mantenimiento en la fase operativa, tecnologías utilizadas, insumos, etc. El EIA es esencialmente un instrumento del gestor de un proyecto determinado.“ (Briceño G. , 2008)”

Instrumentos de la evaluación del impacto ambiental.

El estudio de impacto ambiental es un instrumento importante para la evaluación del impacto ambiental de una intervención. Es un estudio técnico, objetivo, de carácter pluri e interdisciplinario, que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo. Constituye el documento básico para el proceso de Evaluación del Impacto Ambiental. “ (Briceño G. , 2008).”

2.1.5. Cantón Guamote.

2.1.5.1. Ubicación geográfica del cantón Guamote.

El Cantón Guamote se encuentra ubicado en la parte central del callejón interandino, al sur de Quito, 50Km.de Riobamba, constituye el segundo cantón más extenso de los que integran la Provincia de Chimborazo.

“ (Marcatoma, 2008)”

Se encuentra a altitud que va desde los 2600 hasta 4500m.s.n.m., su temperatura media anual es de 13,7°C., constituyendo dos tipos de clima: invierno húmedo frío en los meses de octubre a mayo y verano, cálido, seco, ventoso de junio a septiembre. “ (Marcatoma, 2008)”

La precipitación es de 681,3mm. Complejo lacustre constituido por un sinnúmero de lagunas de diferente tamaño, las más representativas son: laguna Negra, Cuyug y Atillo de las cuales se teje leyendas que imponen respeto a quienes la visitan, éstas se encuentra rodeadas de picos y riscos, así como también de extensas áreas de pajonales con riachuelos y caídas de agua, facilitando el desarrollo de las actividades agropecuarias y piscícolas que practican los pobladores, quienes sumados a la diversidad de especies de flora y fauna constituyen los guardianes de tan bello escenario. “ (Marcatoma, 2008)”

La estación del ferrocarril, construcción propia de principios del siglo XX con un estilo neoclásico pero con adaptado para el servicio y comodidad del pasajero, es de una sola planta y con amplios veredones. Mantiene naturalmente los colores característicos de todas las estaciones ferroviarias del país, cabe resaltar aquí se concentran gran cantidad de comerciantes y especialmente artesanos. La imponente casa de hacienda reside al sur de la población de Guamote, en el sector Vélez, abarca un área de 50 ha, en donde se desarrollan sub-proyectos de producción de especies nativas y lombricultura. Presenta un estilo colonial con espacios y rincones que hacen gala de su arquitectura y diseño”. (Marcatoma, 2008)

2.1.5.2. Cultura y tradición de Guamote.

Los carnavales en Ecuador y sobre todo en la región central tienen una participación multitudinaria, contribuyen a fortalecer la identidad cultural y estrechar los lazos de amistad y reciprocidad. Visite Guamote con motivo del Carnaval, aquí la celebración es derroche de energía vital; hombres, mujeres y niños del páramo, comparten una fiesta singular. En la parte frontal de la capilla, se han armado “los palcos” para “Los Reyes”, una imitación burlesca de los conquistadores. “ (Marcatoma, 2008)”

Nos sorprende la gran cantidad de “huarmitucushcas”, que ahora en su totalidad son jóvenes hombres vestidos con atuendos de mujer; por camuflar su identidad ante el patrón o valoración del rol de la mujer? Las interrogantes serán respondidas cuando se investigue a profundidad esta cultura milenaria. La celebración de Guamote; igual que otras que se realizan en varias comunidades del cantón. “ (Marcatoma, 2008)”

No obstante por el colorido, la participación total de la comunidad y el compartir de comida, licor y baile, merece ser valorada, promocionada, estudiada y desarrollada, no comparto que se debe

solamente “recuperar o revalorar la cultura indígena, de aquí o de todos los países andinos, lo que creo importante es fortalecer el hilo conductor de la cultura, para contribuir a su desarrollo y fortalecimiento. “ (Marcatoma, 2008)”

Nuestra cultura andina milenaria, nos enseña que pervive pese a todas las dificultades, se adapta a las circunstancias cambiantes que impone la sociedad capitalista y occidental, pero sus elementos fundamentales permanecen, como son la participación, la reciprocidad, la solidaridad, entre otros; lo que debemos clarificar es cuál es el papel del poder local, de los líderes seccionales, para que esto no sólo sobreviva, sino sobre todo adquiera mayor fortaleza, para seguir combatiendo la opresión, el egoísmo y fortalezca nuestra identidad, para combatir a la uniformidad de los neo colonizadores, los robo codiciosos, los globalizadores y sus serviles que ayer como hoy están viviendo de las migajas. “ (Marcatoma, 2008)”

Que los carnavales andinos algún día sean elemento aglutinador y convocante para proyectarnos al infinito como pueblos hermanos y solidarios. No sea cosa que el otro año, ya nos toque la partida...”, como señala esta copla del carnaval guamoteño. “ (Marcatoma, 2008)”

2.1.5.3. Descripción de la vía

- “La Carretera **Panamericana Sur** une a Guamote con Riobamba y Cuenca
- **Guamote- Cebadas** que atraviesa por las Lagunas de Atillo y conduce a Macas.
- Así mismo por el centro poblado de Guamote atraviesa la Línea Férrea que conecta a Riobamba con Alausí. “ (Gad Municipal del Cantón Guamote, 2014-2019)”

El ferrocarril y la panamericana permitieron que durante varias décadas del siglo veinte se asienten en Guamote diversos comercios con múltiples artículos para el consumo local e insumos y herramientas para la agricultura y la ganadería. “ (Gad Municipal del Cantón Guamote, 2014-2019)”

La mayor parte del siglo XX, las grandes haciendas de Guamote estuvo en posesión de terratenientes de la ciudad de Riobamba. De estas se exportaban a la ciudad de Guayaquil grandes cantidades de carne, papas, cebada, trigo, cebolla entre otros productos de la zona. Esta forma de tenencia de tierra provoca que en 1935 se desarrolle la Batalla de Chuquirá, la misma que fue

encabezada por el Coronel Ambrosio Lazo (oriundo de Pull), cuyos propósitos eran el alcanzar reivindicaciones sociales y el acceso a la tierra a los indígenas.” (Gad Municipal del Cantón Guamote, 2014-2019)

2.1.5.4. Fiestas importantes

- Cantonización - 1 de agosto. - En esta fiesta sobresalen las peleas de gallos, la elección de la reina del Cantón y de la Sumak Wuarmi, el desfile cívico-militar, la sesión solemne del Municipio, culminando con corridas de toros. Resulta original la construcción de palcos alrededor de la plaza, en los que se exhiben colchas que se lidiarán en cada corrida taurina. La celebración permanece acompañada por las notas musicales de bandas de pueblos y bebidas donadas en cada palco. “ (Alexa, 2006)”

- Semana Santa. - En Guamote cobra vida la tradición durante esta ocasión. El martes y sábado santo se realizan procesiones con la participación de los hermanos de la virgen, mientras que jueves y viernes santo está a cargo de los hermanos del señor o santos varones.
- Carnaval de Guamote.

- Feria de Guamote. - Sigue las tradiciones del pueblo de los Puruháes, habitantes autóctonos de la zona. “ (Alexa, 2006)”

2.1.5.5. Comida típica de Guamote.

Tabla 1-2: Comida típica de Guamote.

<p>“HABAS, CHOCLO, QUESO Y MELLOCOS</p>	<p>Es un exquisito “plato típico” compuesto de habas, mellocos, choclos y queso de la zona, además de bocaditos de quinua, machica y maíz.</p>
<p>DULCE DE GUAYABA</p>	<p>Es como una jalea pero cuajada, que se mezcla el jugo de la guayaba con azúcar o con panela granulada en la relación 50-50 en peso, que luego se procede a su concentración por medio de la evaporación al vacío.</p>
	<p>Luego de ser asado para poder degustarlo se acompaña con papa cosidas, salsa</p>

PAPAS CON CUY	de maní y ensalada de lechuga.
MANJAR DE LECHE	Es un manjar muy delicioso que lo podemos saborear con pan entre otras comidas.
HORNADO	El chanco hornado, o simplemente hornado, es uno de los platos típicos más populares de Guamote, pues se consume, y se vende durante todo el año en todo lugar, desde restaurantes de lujo hasta mercados.
MOTE CON FRITADA	La fritada es otro delicioso plato típico de Ecuador, se cocina la carne de chanco en agua y jugo de naranja con comino, ajo, cebolla, chalote, sal y pimienta hasta que no quede agua y la carne se empieza a dorar en su propia grasa. Los acompañantes que no deben faltar con la fritada de chanco son el mote, la yuca, los plátanos maduros fritos, el curtido y el ají criollo; también se lo puede acompañar con arroz, llapingachos, papas, aguacate y ensaladas variadas.
YAUHARLOCRO	Es un plato típico de la gastronomía de Ecuador. Se trata de una sopa a base de papas (un locro), que también contiene panza (estómago), librillo (estómago), Hígado y pulmones de borrego, que se acompaña con aguacate, cebollas y sangre de borrego. Es típico de la región andina del Ecuador y es servido tanto como primer plato o plato principal de una comida cuando se presenta en abundante cantidad. Es de origen mestizo y realmente representativa de la cultura gastronómica ecuatoriana a nivel mundial.’

Fuente: (Santillán, 2015)

Realizado por: Genny Gavin, 2017.

2.1.6. Cultura de la serranía ecuatoriana.

Identidades Culturales propias de Guamote. El territorio que hoy corresponde al cantón Guamote, estuvo habitado hace tiempos inmemorables por cacicazgos como los Guamutis, Atapos, Basanes Pull, Tipines, Vishudes, entre otros. Todos constituían parcialidades de los Puruháes, dedicados a la cría del ganado, pastoreo y producción de lana. “(Chuquimarca, 2013)”

En la actualidad los pobladores del cantón Guamote aún conservan costumbres, tradiciones, formas de vivencia, etc. de la cultura Puruhá, a continuación lo detallaremos brevemente. “(Chuquimarca, 2013)”

El idioma propio de los Puruháes era el Puruhuay anterior a la conquista Inca. Actualmente en las comunidades con rezagos puruháes se usa el idioma Kichwa en especial en la población adulta (algunos son bilingües hablando Kichwa y español), y el español en conversaciones con mestizos, blancos y es común entre los jóvenes. Si bien es cierto desde tiempos remotos el trueque ha sido una forma de comercialización que ha rebasado espacios y tiempo, en el caso del pueblo Puruhá este sistema fue la forma oficial de comercialización; actualmente este ya casi no se practica. “ (Chuquimarca, 2013)”

Los pobladores del cantón Guamote aún conservan algo de la vestimenta Puruhá, ya que con el paso del tiempo esta se ha ido transformando, dando paso a híbridos formados a partir de la incidencia de otras culturas. En el caso de los hombres los observamos con ponchos rojos de diversos diseños casi siempre de color rojo, camisa blanca, alpargatas o zapatos y sombrero generalmente de paño. Las mujeres visten anacos de diversos colores, blusas habitualmente bordadas en las mangas, sobrepuestas en los hombros las observamos con bayetas coloridas algunas utilizan sombreros generalmente de paño y en el cuello y muñecas hermosos collares y pulseras, (elaborados artesanalmente) con un sin fin de preciosos colores. “ (Chuquimarca, 2013)”

La población de Guamote en su mayoría son indígenas, que conservan la práctica de la medicina ancestral, patrimonio cultural inmaterial vivo que se conserva en la memoria colectiva heredada de los Puruháes; ejercida por curanderos, que aún perduran pese a sus limitaciones por influencias externas de tipo social y religioso. “ (Chuquimarca, 2013)”

Sus manifestaciones de tipo cultural y religioso, son actividades como: Danzas, juegos pirotécnicos, corridas de toros de pueblo; las principales son: Fecha 19 - 20 - 21 de enero Festividades de San Sebastián, febrero o marzo Carnaval de Guamote, marzo o Abril Semana Santa, 2 de agosto aniversario de Cantonización, todo el mes de agosto Festividades de la Virgen de las Nieves de Sicalpa, 7 a 8 de septiembre Festividades de Virgen María Natividad de Balbanera, 24 de diciembre Sicalpa festividades de Navidad.” (Chuquimarca, 2013)

2.1.6.1. Utensilios utilizados en la antigüedad en la zona.

- “Cutana rumi: piedra de moler grande sirve para moler maíz, cebada, choclos, arroz, cebada, arroz de mote pelado, chuchuca, etc. Se complementa con la guagua rumi. “ (Dávalos., 2015)”

- Rumi: o piedra de moler pequeña, para moler la pequeña se frota sobre la grande moviendo con las manos. La fabrican los indígenas utilizando un cincel. “ (Dávalos., 2015)”
- Balde o estanco: recipiente para servir la chicha. En el mismo balde de uso corriente. “ (Dávalos., 2015)”
- Churumbela: en 1907 bombilla o bombillo con el cual se toma infusiones para impedir que pase a la boca. “ (Dávalos., 2015)”
- Malta: cántaro grande en el que se guarda la chicha. “ (Dávalos., 2015)”
- Fogón: es una mesa de cuatro patas de una altura aproximada de un metro forrada de hojas de lata, sobre el cual se hace fuego de carbón o de leña para cocer alimentos o mantener calientes. “ (Dávalos., 2015)”
- Tulpa o rushpa: voz quechua fogón indígena construido sobre 3 piedras toscas. “ (Dávalos., 2015)”
- Pilche: recipiente para tomar chicha. “ (Dávalos., 2015)”
- Tango o hüingo: recipiente grande de coco aquí se toma la chicha. “ (Dávalos., 2015)”
- Pondo: olla de barro alargada. Pocillo de barro cocido y no vidriado hasta de un metro, que desde el pequeño asiento circular va abriendo hasta formar una como barriga.“ (Dávalos., 2015)”
- Ollas de barro: son recipientes un poco pesados y frágiles, usados para numerosas cocciones. “ (Dávalos., 2015)”
- Metate: el metate es una piedra volcánica rectangular de superficie plana y ligeramente cóncava o curva que se apoya sobre tres conos invertidos del mismo material, se usa para moler granos. “ (Dávalos., 2015)”

- Comal: es un disco de barro cocido que se coloca sobre 3 piedras en las cuales se prende fuego a carbón o en leña. “ (Dávalos., 2015)”
- Molinillo: es un artefacto tradicional compuesto por una sola pieza de madera aproximadamente de 3.5 cm de largo trabajando en torno. “ (Dávalos., 2015)”
- Espátulas y cucharas de madera: se emplea para remover géneros que tenga peligro de agarre. “ (Dávalos., 2015)”

2.2. Marco conceptual.

- a) **Estudio de factibilidad**, es la posibilidad que tiene de lograrse un determinado proyecto, es un análisis que realiza una empresa para determinar si su negocio será bueno o malo, y cuáles serán sus estrategias que va a desarrollar para que el proyecto tenga éxito. “ (Valere, 2010)”
- b) **Viabilidad**, es la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características). El concepto también hace referencia a la condición del camino donde se puede transitar. (Andrade, 2009)
- c) **Demanda**, "La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".
”(Mankiw, 2002)”
- d) **Oferta**, se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros. “ (Aquino, 2008)”
- e) **Demanda insatisfecha**, en este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente. “ (Acosta, 2013)”

- f) **Restaurante**, el término francés restaurant llegó a nuestro idioma como restorán o restaurante. Se trata del comercio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento. Dicho consumo debe ser pagado por el cliente, que suele ser conocido como comensal. “ (Merino, 2014)”
- g) **Restaurante temático**, cuando hablamos de restaurantes temáticos nos referimos a ciertos establecimientos en especial ya que no solo se identifican porque sirven un tipo de comida en específico sino también al diseño y ambiente tan singular que posee cada uno de estos establecimientos. (Yamanqui , 2010)
- h) **la puesta a punto**, puesta a punto o “mise en place” al conjunto de operaciones previa a la apertura del establecimiento o los momentos de mayor actividad. (Vera, 2009)
- i) **Cultura**, el término cultura, que proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso. “ (Merino, 2014)”

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación.

El presente proyecto tiene un diseño de investigación tipo descriptiva, y de campo; ya que se describen los hechos reales del Cantón Guamote, tal y como son observados en su ambiente natural, de esta manera se describen en todos sus componentes, una realidad, de campo debido a que se centra en un grupo de estudio donde se pretende conseguir información lo más real posible en cuanto al mercado en el cual nos queremos posicionar. Por medio de la aplicación de instrumentos en este caso una encuesta.

3.2. Técnicas de recolección de datos.

Como instrumento para la recolección de datos se utilizó la encuesta, la misma que permitió la recopilación de información de la situación actual en cuanto a: los gustos y preferencias, servicios de alimentos y bebidas existentes en la zona, el porcentaje de aceptabilidad hacia la implementación del restaurante en la vía panamericana del cantón Guamote.

FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Como fuentes de investigación se utilizará:

- **FUENTES PRIMARIAS:** para la ejecución del proyecto de emprendimiento se utilizó la información obtenida de la aplicación de encuestas.

Las encuestas constan de un total de 12 preguntas, las cuales serán aplicadas a 138 habitantes de las tres parroquias del Cantón Guamote provincia de Chimborazo en la zona urbana y rural. Con el objetivo de obtener mayor información lo cual nos ayudara a determinar la aceptabilidad del proyecto de emprendimiento por el grupo objetivo, y nos permitirá seguir avanzando con el desarrollo del proyecto.

- **FUENTES SECUNDARIAS:** como fuentes secundarias se utilizará información obtenida de libros, folletos, revistas, páginas web, también los datos actualizados del censo de población del Cantón Guamote. Es decir toda información que haga referencia con el proyecto y nos permita seguir avanzando con el mismo.

3.3. Segmento de mercado.

El tipo de segmentación que se aplicará en el emprendimiento es la segmentación geográfica y demográfica la misma que está descrita a continuación:

Tabla 1-3: Segmentación de mercado.

VARIABLE	SEGMENTACIÓN
	GEOGRÁFICA
PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
UBICACIÓN GEOGRÁFICA	Parte central del callejón interandino, al sur de Quito, a 50 km de Riobamba.
PROVINCIA	Chimborazo
CANTÓN	Guamote
NÚMERO DE HABITANTES	24638
ZONA RURAL	21990

ZONA URBANA	2648
ALTITUD	2800 a 4500 m.s.n.m.
TEMPERATURA	13,7 °C.
CLIMA	Invierno: frio Oct, Mayo. Cálido y ventuoso Julio a Sept.
DEMOGRÁFICA	
EDAD PROMEDIO	Múltiple
SEXO	Masculino-Femenino
RELIGIÓN	Múltiple
RAZA	Múltiple

Fuente: Investigacion propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

3.4. Universo

El universo de investigación del presente proyecto es la parroquia la Matriz del Cantón Guamote Provincia de Chimborazo, con un total de 24638 habitantes, zona urbana (2648 habitantes) y la zona rural (21990 habitantes). Datos obtenidos del último censo de población y vivienda INEC 2010.

3.5. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula probabilística finita simple; ya que se conoce el número de habitantes del cantón Guamote.

A. CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 pqn}{NE^2 + Z^2 pq}$$

DONDE:

n= Tamaño de la muestra

N= Total de la Población (24638)

Z = valor estandarizado que resulta dependiendo de (E) error dispuesto (1,96).

p= probabilidad de éxito (0.9)

Q= probabilidad de fracaso (0.1)

E= erro dispuesto a cometer (0.05)

DESARROLLO:

$$n = \frac{Z^2 p q n}{NE^2 + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 ((0.9)(0.1)(45153))}{24638(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.9 * 0.1)}$$

$$n = \frac{138}{\text{(Número de encuestas)}}$$

Como técnica para la recolección de datos se aplicó una encuesta a los habitantes de la parroquia La Matriz del cantón Guamote, tras realizar el cálculo de acuerdo a la fórmula de población finita fue total de 138 encuestas a aplicadas tanto en la zona rural y urbana de la parroquia.

B. ESTRATIFICACIÓN.

Tabla 2-3: Estratificación de la muestra.

MATRIZ	ZONA	PORCENTAJE	#DE ENCUESTAS
URBANA	2,648	10.75	15
RURAL	21,990	89.25	123
TOTAL	24,638	100	138

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

3.6. Tabulación y análisis de resultados

1. Le gustaría a usted que se implemente un restaurante en la vía panamericana del Cantón Guamote.

Tabla 0-1: Implementación del restaurante.

INDICADOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	ABSOLUTA	RELATIVA %
SI	138	100
NO	0	0
TOTAL	138	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

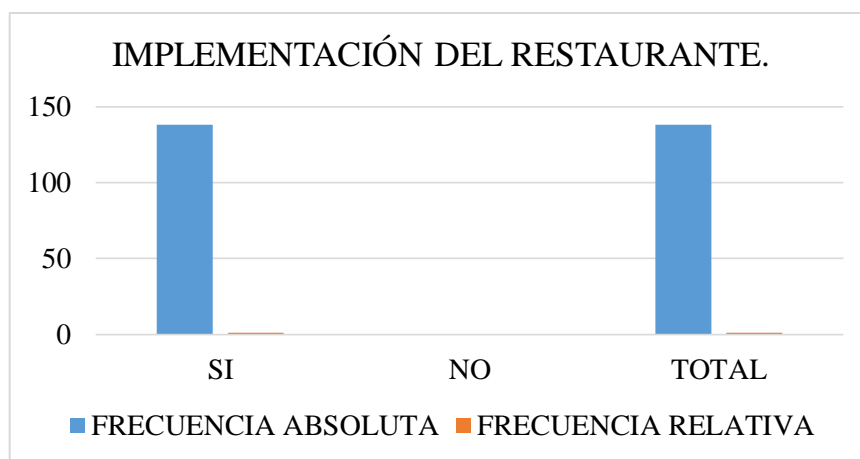


Gráfico 1-3: Implementación del restaurante.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** El 100% de los encuestados supieron manifestar que sería factible la implementación del restaurante en la vía panamericana del cantón Guamate provincia de Chimborazo. Debido a que el total de los encuestados están de acuerdo en la implementación del restaurante, se logra tener una idea de los posibles clientes que tendrá el establecimiento.

2. ¿Qué tipo de platillos le gustaría a usted consumir en el restaurante?

Tabla 4-3: Preferencia de consumo en el restaurante.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
		%
ENTRADAS		
Habas con queso	138	100
Choclo con chicharrón	138	100
Mote pillo	99	72
Mote sucio	99	100
Humitas	87	63
SOPAS		
Locro de cuy	88	64
Yaguarlocro	138	100
Caldo de pata	138	100
Treinta y uno	98	99
Caldo de gallina	138	100
PLATOS FUERTES		
Papas con cuy	138	100
Conejo asado	87	63
Cordero asado	99	72
Hornado	103	75
Pollo al horno	120	87
POSTRES		
Manjar de leche	110	80
Mermeladas	95	69
Helado	76	55
Tortas	109	79
Chigüüles	100	72

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

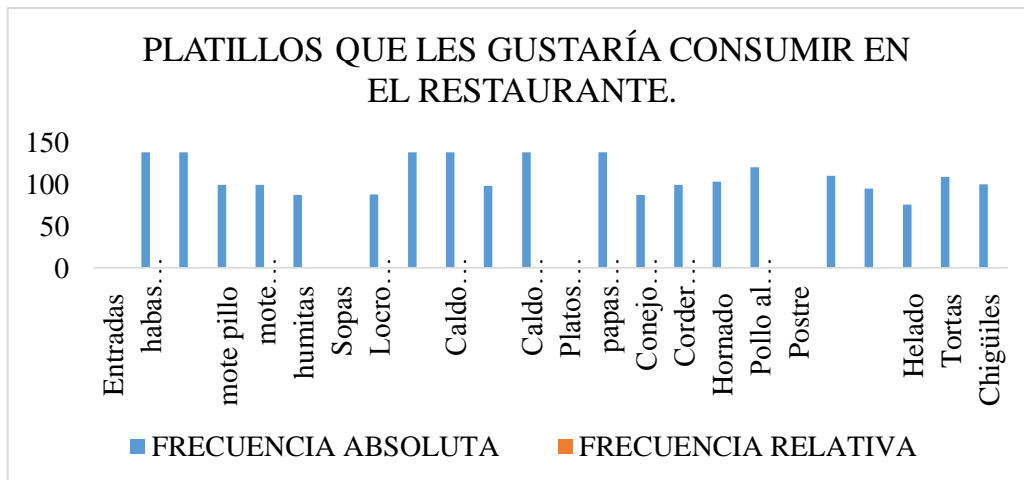


Gráfico 2-3: Preferencia de los clientes.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- Análisis Descriptivo e interpretativo:** Del 63% al 100% prefieren las entradas propuestas, así mismo del 64 al 100% afirman que les gustaría consumir las sopas que se han propuesto, al igual que los platos fuertes lo prefieren a partir del 63% al 100% y los postres a partir del 55% al 80%. Por medio de los resultados obtenidos podemos concluir que un alto porcentaje de personas prefieren consumir los platillos propuestos facilitando así que el menú del restaurante sea diseñado con platillos de su preferencia.

3. ¿Cuál es el valor económico que usted estaría dispuesto a realizar por el consumo en el restaurante?

Tabla 5-3: Valor económico que estaría dispuesto a realizar.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
5 - 10 \$	71	51%
10-15 \$	39	28%
15-20 \$	19	14%
30 O MAS	9	7%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

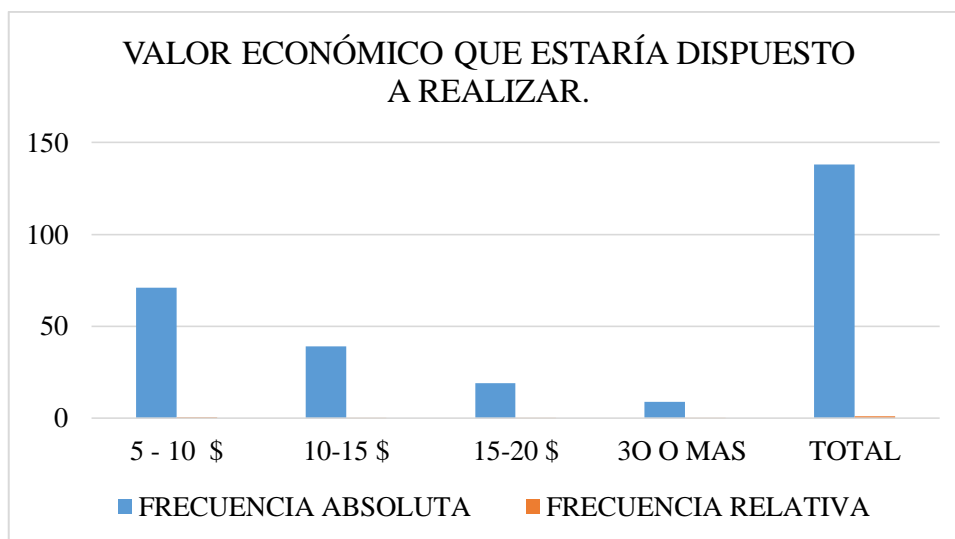


Gráfico 0-1: Valor que está dispuesto a cancelar

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 51% que representa un total de 71 personas afirman estarían dispuestos a pagar de 5\$ a 10\$ por concepto de consumo en el restaurante; dejando a entender que los habitantes del cantón están dispuestos a comprar nuestros productos, lo cual nos permitirá surgir como empresa permitiendo la recuperación de la inversión y utilidades a largo plazo.

4. ¿Cuál es la forma de pago que usted prefiere?

Tabla 6-3: Forma de pago que prefieren.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
EFFECTIVO	123	89
TARJETA DE CRÉDITO	15	11
OTROS	0	0
TOTAL	138	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

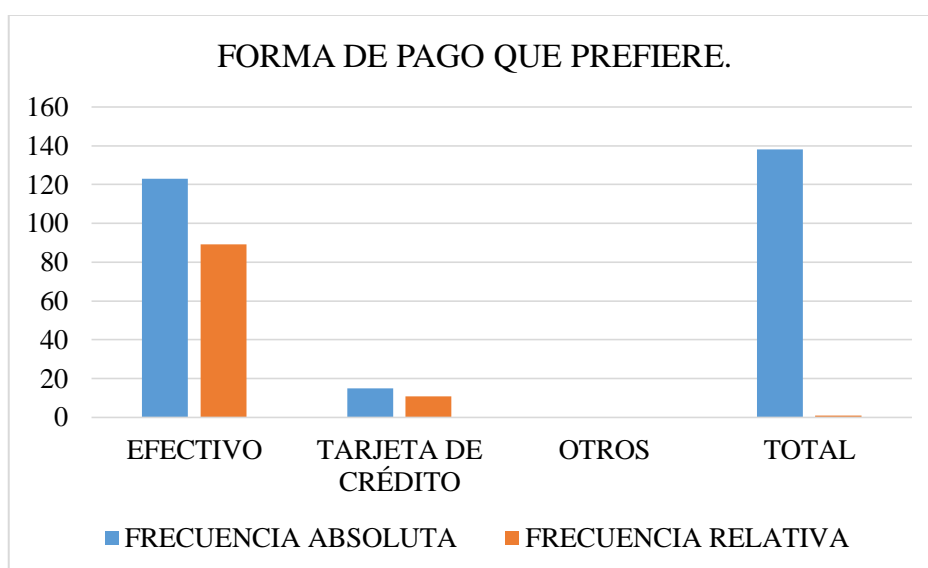


Gráfico 4-3: Forma de pago que prefiere.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 89% de los encuestados afirman que la forma de pago de su preferencia es el efectivo mientras que el 11% de los encuestados prefieren pagar con tarjeta de crédito. Al ser un total de 123 habitantes que prefieren pagar en efectivo y tan solo 10 personas las cuales prefieren el pago con tarjeta de crédito nos da a entender que la economía del cantón es dinámica lo cual nos ayudara a progresar y a obtener utilidades de las ventas que se realicen en el establecimiento.

5. ¿Con qué frecuencia visita usted un restaurante?

Tabla 7-3: Frecuencia con la que visita un restaurante.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
DIARIAMENTE	69	50.00
SEMANALMENTE	35	25.36
MENSUALMENTE	20	14.49
EVENTUALMENTE	14	10.14
TOTAL	138	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

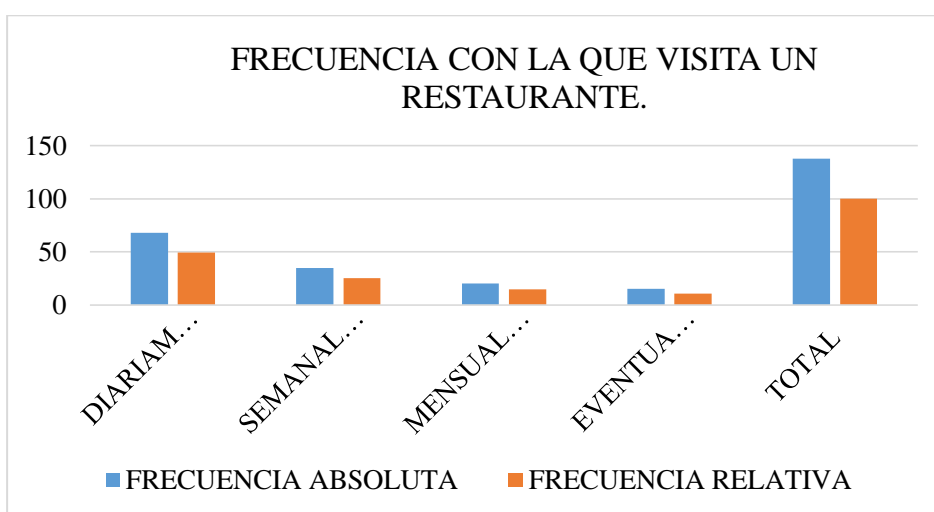


Gráfico 5-3: Frecuencia con la que visita un restaurante.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 49% de los encuestados afirman que asistirían diariamente a un restaurante, el 25% afirman que asistirían semanalmente, el 14% dicen que lo harían mensualmente, y el 11% afirman que lo harían eventualmente. Con un total de 68 personas que pretenden asistir diariamente, 35 lo harán semanalmente, 20 mensualmente, 15 lo harán eventualmente se puede concluir que el mercado al cual nos dirigimos es bastante amplio y podría segmentarse en la mente del cliente fácilmente.

6. ¿Qué tipo de servicio preferiría usted?:

Tabla 8-3: tipo de servicio que prefiere.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Servicio de buffet (comida servida y dispuesta donde los comensales se sirven)	43	31.16
Servicio a la carta (lista ordenada de platos con sus respectivos precios)	73	52.90
Combos (combinación alimentos a precios bajos)	22	15.94
TOTAL	138	100.00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

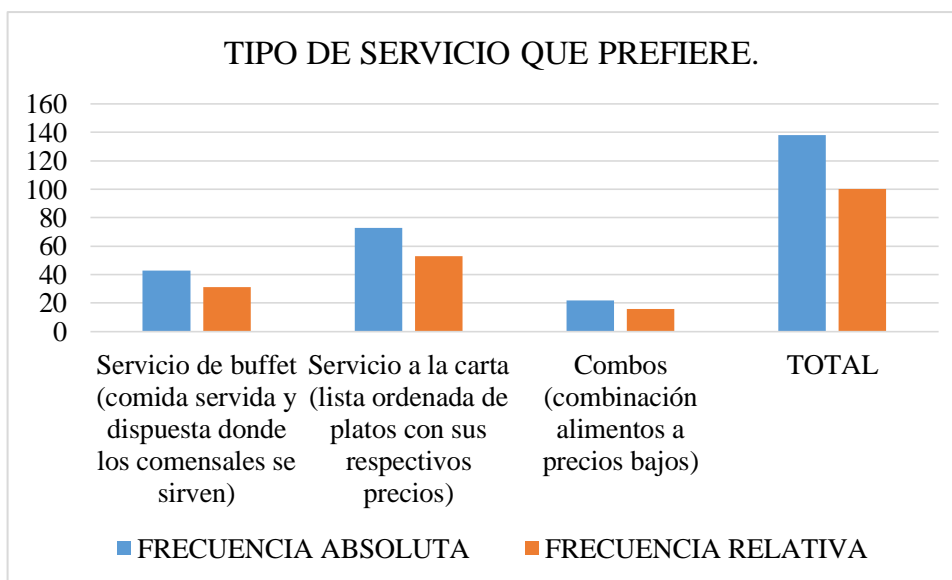


Gráfico 6-3: Tipo de servicio que prefiere.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 53% de las personas afirman que prefieren el servicio a la carta, el 31% prefieren un servicio de buffet, y 16% prefieren combos. Un total de 73 personas prefieren un servicio a la carta, las 43 personas muestran interés en un servicio de buffet y 22 personas prefieren combos, por lo cual nos da a entender que las personas están ya acostumbradas a que se les presente el menú donde estas puedan

elegir, sin embargo están dispuestas a explorar otro tipo de servicio el cual nos favorecerá como empresa ya que podremos romper esquemas y marcar tendencia con una nueva idea de servicio y atención al cliente

7. En que horarios le gustaría a usted que se atiende en el restaurante.

Tabla 9-3: Horario de atención que prefieren.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
De lunes a sábado(8am- 4pm)	93	67.39
De lunes a sábado (8 am-12pm)	25	18.12
De lunes a domingo (8am-10pm)	20	14.49
TOTAL	138	100.00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

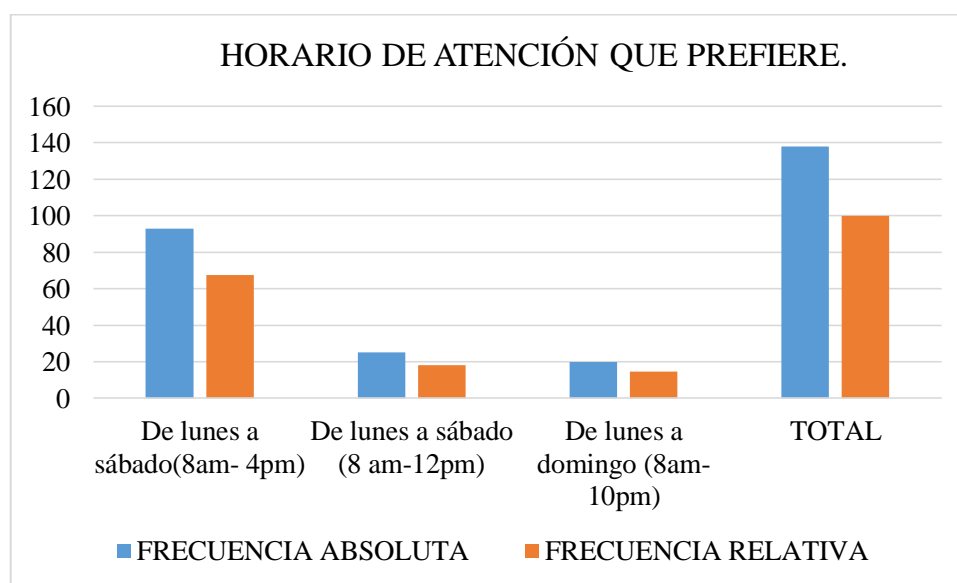


Gráfico 7-3: Horario de atención que prefiere.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 67% de los encuestados afirman que asistirán al restaurante de lunes a sábado de 8am a 4 pm, el 18% afirman que asistirán al establecimiento de lunes a sábado de 8am a 12 pm, y el 14% de lunes a domingo de 8 am a 10pm. al ser un total de 93 personas las cuales prefieren el horario de lunes a viernes de 8am a 4pm, las 25 de lunes a sábado de 8am a 12pm y las otras 20 personas

dicen de lunes a domingo de 8 am a 10pm, podemos concluir que los horarios establecido se podrían modificar y combinar para atender a todas las personas en el horario que sea de su elección logrando fidelizar a los clientes.

8. Le gustaría a usted que el restaurante cuente con un servicio a domicilio.

Tabla 10-32: Implementación de un servicio a domicilio.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
SI	90	65
NO	48	35
TOTAL	138	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

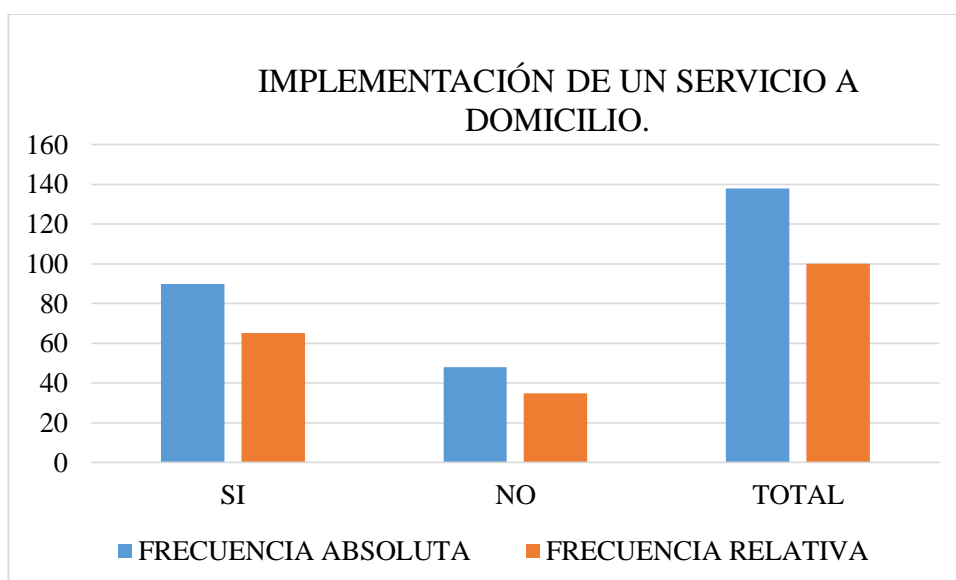


Gráfico 8-3: Implementación de un servicio a domicilio.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 65% de las personas están de acuerdo en que se implemente un servicio a domicilio el 35% no están de acuerdo en la implementación de un servicio a domicilio. Siendo más del 50% en total 93 personas que prefieren una servicio a domicilio se puede concluir que tenemos un mercado aún insatisfecho el cual podemos fidelizar con un servicio de calidad y eficiente.

9. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para informarse acerca de publicidad y promociones de establecimientos de Alimentos y Bebidas?

Tabla 11-3: Medios de comunicación que frecuenta.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
PRENSA ESCRITA	22	15.9
INTERNET	30	21.7
TELEVISIÓN	15	10.9
RADIO	22	15.9
AMISTADES	49	35.5
OTROS	0	-
TOTAL	138	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

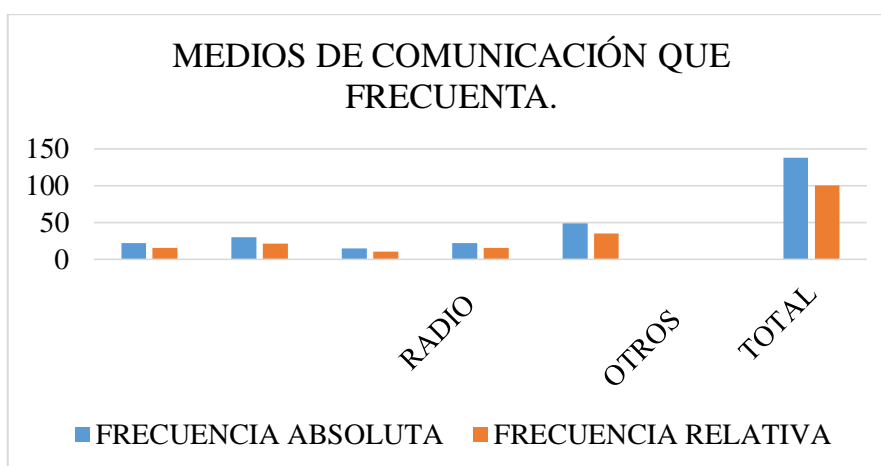


Gráfico 9-3: Medios de comunicación que frecuenta.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 36% de las personas afirman que prefieren la comunicación de boca en boca es decir por medio de sus amistades, el 16% prefieren escucharlo en la radio, y el otro 16% por medio de prensa escrita, el 22% prefiere el internet mientras que el 11% lo prefiere por televisión. La mayor parte de personas prefieren obtener esta información por medio de las amistades y la otra mayoría por internet logrando entender que un comentario bueno o malo se guían para asistir o no a un establecimiento de alimentación y otra tendencia es el internet logrando ser una tendencia para diseñar medio publicitarios logrando poner en la mente del cliente el logo de la empresa.

10. Está usted satisfecho con el servicio de A&B de los restaurantes del Cantón Guamote.

Tabla 12-33: Personas satisfechas con el servicio de A&B que ofrece el cantón Guamote.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	22	16%
NO	116	84%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

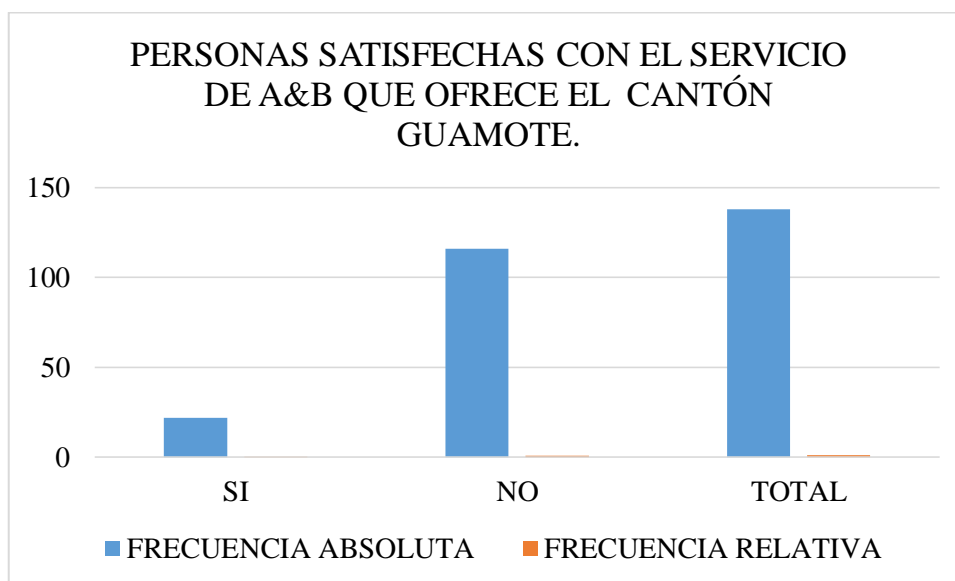


Gráfico 10-3: Personas satisfechas con el servicio existente.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 84% de los encuestados afirman que no están satisfechos con el servicio de alimentos y bebidas que ofrecen los restaurantes ya existentes, por lo cual se puede concluir que tenemos una demanda de personas insatisfechas a quien dirigimos y ofrecer un servicio de calidad y calidez y posicionarnos en la mente del cliente logrando utilidad para el emprendimiento y el crecimiento económico del cantón

11. ¿Por qué regresaría usted a un restaurante?:

Tabla 10-4: Razones por la que asistiría a un restaurante.

INDICADOR	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA %
Por la buena atención	55	40
Calidad del producto y servicio	50	36
Por el precio	33	24
Otros	0	0
TOTAL	138	100

Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

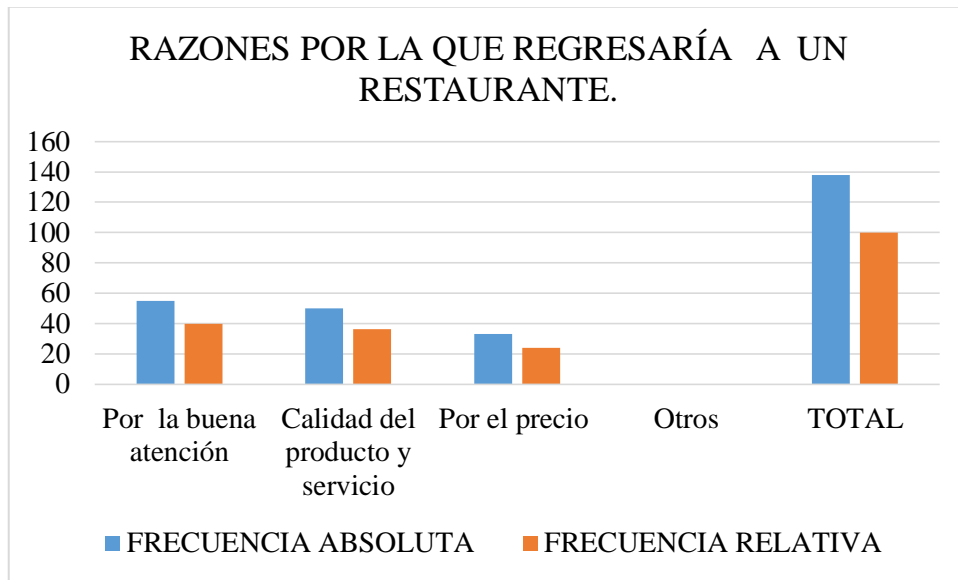


Gráfico 11-3: Razones por las que regresaría a un restaurante.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- **Análisis Descriptivo e interpretativo:** el 40% de los encuestados dicen que regresarían a un restaurante por la buena atención, el 36% por la calidad de producto y servicio, el 24% por el precio. Las 55 personas encuestadas dicen que regresarían a un restaurante por la buena atención, mientras que otras 50 por la calidad de producto y servicio, y las 33 últimas por el precio. Lo cual nos permitirá como empresa poder satisfacer a los clientes de acuerdo a las distintas exigencias de los mismos teniendo así opciones para elegir en cuanto decidan asistir al establecimiento.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Se considera un emprendedor a aquella persona sea esta natural o jurídica que, de forma individual o asociada ejerce una actividad económica, innovadora con el fin de generar una fuente de ingresos, en base a una necesidad.

Un espíritu emprendedor es aquel que está dotado de innovación constante de iniciativa propia y es aquel ser positivo, que no se reprime con la constante globalización del mercado logrando crear e innovar nuevos productos o servicios.

Es importante el desarrollo de un espíritu emprendedor ya que son seres con una ambición de superación y deseos constante de generar una fuente de utilidad al emprender un negocio, brindando un servicio o lanzando un nuevo producto, es decir que tengan un deseo de tener éxito y progresar en la vida.

Los emprendedores son personas preparadas o no con ideas nuevas y atractivas que cubren las necesidades cambiantes de la sociedad, cada ser humano posee un espíritu emprendedor lo cual lo ha llevado a sobrellevar distintas situaciones que se le han presentado en el camino, he ahí la razón de porque muchas personas se hacen emprendedoras porque poseen una ambición desmedida y deseos de superación constante de alcanzar el éxito.

Un proyecto no es ni más o menos que la búsqueda de una solución inteligente, por aplicar al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana en todos sus alcances. Todo proyecto presenta las siguientes etapas: identificación y diagnóstico, formulación y diseño, ejecución, evolución, y resultados y efectos. Para iniciar un nuevo proyecto se necesita ser una persona responsable, y más aún cuando quieres empezar un proyecto.

Hay que tener varias ideas que nos pueden funcionar como base en nuestro desarrollo intelectual, administrativo y cultural. Los empresarios son un ingrediente esencial de la solución a los profundos males de la economía, la iniciativa de personas emprendedoras será fundamental para superar una crisis y para enrumbar a un mercado competitivo.

4.1. Identificación de la Idea

4.1.1. Lluvia de ideas

Tabla 1-4: Lluvia de ideas.

PRODUCTO/BIEN/SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	PROBLEMA QUE RESUELVE
<p>a) Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en la vía panamericana del cantón Guamote provincia de Chimborazo, 2017.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con diferentes ambientes propios de la cultura guamoteña con un toque moderno y atractivo. • Servicio de platillos de manera eficiente con montajes atractivos a la vista del comensal. • El servicio de los alimentos será en platillos rústicos hechos de madera, piedra u otros con figuras representativas de la cultura. • Se dará a conocer la cultura de GUAMOTE en diferentes ambientes generando interés de turistas nacionales y extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr que los comensales propios de la ciudad no salgan de la misma y que encuentren en ella satisfacer sus necesidades de alimentación, recreación y confort. por otra parte generar turismo. • Brindar un plus a la ciudad sin caer en la cotidianidad de los servicios ya existentes. • Permite que las personas que tiene el tiempo limitado degusten de platillos nacionales y extranjeros de una manera eficiente que les permita ser puntuales en sus obligaciones.
<p>b) Estudio de factibilidad para la Elaboración de un brazo gitano con harina de quinua y mermelada de zanahoria, Riobamba. 2017.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La quinua y la zanahoria son dos productos alimenticios que contienen múltiples vitaminas y minerales importantes para el ser humano • Son productos andinos que se dan en todo el 	<ul style="list-style-type: none"> • Resuelve necesidades de alimentación y nutrición a la vez el placer de llevarse a la boca un postre delicioso. • Promueve la utilización de producto andinos saludables en los dieta de los ecuatorianos.

	<p>año, su siembra y cosecha es muy común dentro de la ciudad,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su costo es bajo. • Postre delicioso y a la vez nutritivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al ser una materia prima de bajo costo se logra que todo tipo de persona tenga accesos a este delicioso postre.
<p>c) Estudio de factibilidad para la creación de una Cafetería rustica. Riobamba.2017.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio atractivo donde los comensales a la vez que disfruta de un café elaborado con productos andinos, disfrutan de un ambiente rustico. • Servicio inmediato. • Platos elaboración con productos naturales propios de la provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr que el comensal disfrute de una ambiente diferente dentro de la ciudad, llevándose a la boca productos elaborados con alimentos propios de la provincia. • Brindar un servicio eficiente sin causar molestias y satisfacer las necesidades del comensal. • Dar a conocer un lugar nuevo y atractivo brindando variedad al comensal.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.1.1. 1. Selección y evaluación de la idea

Tabla 2-4: Selección y evaluación de la idea.

CRITERIO/IDEAS	NIVEL DE INNOVACION	MERCADO POTENCIAL	CONOCIMIENTO TECNICO	REQUERIMIENTO EN EL MERCADO	TENDENCIA	TOTAL
a)	5	5	5	5	5	25
b)	4	5	5	4	4	22
c)	5	3	3	3	5	19

(De uno a cinco donde 5 es el mayor valor)

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 3-4: Evaluación de las ideas.

CRITERIOS/IDEAS	BARRAS DE ENTRADA	DISPOSICION DE LA MATERIA PRIMA	COSTO DEL PRODUCTO	TOTAL
a)	1	1	2	4
b)	2	1	3	6
c)	3	3	4	10

(De uno a 5, 5 es el mayor valor)

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.1.1.2. Descripción de la idea seleccionada

Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en la vía panamericana del cantón Guamote provincia de Chimborazo, 2017.

4.1.2. Justificación

Mediante la creación de un restaurante en la vía panamericana en el Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, se pretende potenciar la gastronomía del cantón, a su vez brindarle al cliente un producto de calidad en un lugar atractivo con un servicio de excelencia lo cual permita que el cliente satisfaga sus necesidades de alimentación recreación y confort.

Por lo tanto el comensal se llevará a la boca un buen producto, con la aplicación de las buenas prácticas de mano-factura las HACCP en cada uno de los procesos de producción, logrando poner en práctica los conocimientos técnicos- teóricos adquiridos durante el periodo académico. Lo cual garantice la calidad total del producto.

La vía panamericana del cantón Guamote es una zona muy comercial y concurrida que conecta la costa y sierra, lo cual beneficia al emprendimiento ya que se tendría una mayor acogida por los clientes que transitan por la misma, además de los comensales del sector. Logrando así

brindar fuentes de empleo a los habitantes del cantón, para dinamizar la economía cantón, provincia y país.

4.1.3. Nombre del emprendimiento

Tabla 0-5: Selección del nombre del emprendimiento.

ATRIBUTOS	DESCRIPATIVO	ORIGINAL	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	CLARO	FÁCIL DE RECORDAR	TOTAL
“LO NUESTRO”	5	5	4	4	4	5	27
“MUSHUK KILLA”	5	5	5	3	3	4	25
“FANTACIA ANDINA” RESTAURANT	5	5	3	4	4	4	25
“LO NUESTRO” RESTAURANT	5	5	5	2	3	2	22

(DEL 1 a 5, 5 es el mayor valor)

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

EMOTIVIDAD DEL NOMBRE

Se ha seleccionado el nombre “LO NUESTRO”, ya que es fácil de recordar, original, agradable, y claro lo cual nos permitirá posicionarnos en la mente del cliente llegando a establecernos el mercado meta.

4.1.4. Descripción del emprendimiento

La naturaleza del proyecto es de tipo industrial, de servicios, y comercial.

- **Industrial:** porque se elabora los productos paso a paso, con una correcta selección de materia prima, con procesos de producción estandarizados y aplicando las normas de higiene y sanitación.
- **De servicios:** ya que ofrece un servicio con el objeto de satisfacer necesidades colectivas con fines de lucro.
- **Comercial:** ya que los productos son expendidos en el mercado segmentado, obteniendo así ganancia que permitirá que la empresa surja.

4.1.4. 1. Misión

El restaurante los nuestro busca satisfacer las necesidades gastronómicas del cliente, brindando un servicio y producto de alta calidad, marcando la innovación y creatividad en cada uno de los platillos, contando con un personal capacitado, maquinaria y equipo de punta, logrando mantener al restaurante constante en el mercado maximizando así la rentabilidad del mismo.

4.1.4. 2. Visión

Ser una empresa líder en el área de restauración, a nivel regional y nacional en un periodo de 5 años, con la aplicación de buenas prácticas de mano factura en cada uno de los procesos de producción, ofreciendo servicios y productos de excelencia a sus clientes. Aportando al desarrollo económico del cantón, provincia y país.

4.1.4.3. Políticas y Estrategias.

Tabla 5-4: Políticas y Estrategias.

POLÍTICA S	ESTRATEGIAS
Garantizar la máxima calidad en la elaboración de nuestros productos.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar materia prima de calidad, equipos y materiales óptimos para la elaboración de los productos. ✓ Realizar controles en las

	<p>distintas áreas de producción.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar la estandarización de los procesos de producción, atención al cliente, y recepción de materia prima.
Brindar un servicio de excelencia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aplicar las buenas prácticas de mano factura en cada uno los procesos; como son las normas HACCCP, para garantizar la inocuidad del producto. ✓ Capacitar y actualizar a los colaboradores de la organización para garantizar la calidad en el trabajo. ✓ Tratar al cliente de manera adecuada y con respeto para lograr la fidelidad del mismo.
Generar un buen ambiente de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar capacitación constante al RH de la empresa en cuanto al servicio y atención al cliente. ✓ cumplir con lo que disponga la ley en cuanto a pagos, vacaciones, días libres, etc. ✓ Cumplir con los procesos estandarizados en cada área de producción y servicio al cliente.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.1.4.5. Valores y principios

a) De trabajo

- Compromiso
- Responsabilidad
- Excelencia
- Trabajo en equipo

b) Axiológicos

- Respeto
- Puntualidad
- Honradez
- Disciplina
- Innovación
- Amabilidad

4.1.4. 6. Distingos y ventajas competitivas.

➤ **Distingos competitivos**

- Se dará a conocer la cultura de GUAMOTE en diferentes ambientes generando interés de turistas nacionales y extranjeros.
- Cuenta con diferentes ambientes propios de la cultura guamoteña con un toque moderno y atractivo.
- Servicio de platillos nacionales y extranjeros de una manera rápida y eficiente con montajes atractivos a la vista del comensal.

➤ **Ventajas competitivas**

- Lograr que los comensales propios de la ciudad no salgan de la misma y que encuentren en ella satisfacer sus necesidades de alimentación, recreación y confort. por otra parte generar turismo.
- Brindar un plus a la ciudad sin caer en la cotidianidad de los servicios ya existentes.
- Permite que las personas que tiene el tiempo limitado degusten de platillos nacionales y extranjeros de una manera rápida y eficiente que les permita ser puntuales en sus obligaciones.

a) Análisis del sector

- El presente emprendimiento se llevará a cabo en la vía panamericana del cantón Guamote, provincia de Chimborazo, país Ecuador.
- Va dirigido a todo tipo de clientes que puedan pagar el precio establecido para cada producto, ya que se pretende llegar a todos los niveles socio económicos.
- Los proveedores juegan un rol fundamental dentro de la empresa ya que el no seleccionarlos de manera adecuada, nuestro producto será deficiente y falto de calidad. Dentro del cantón contamos con supermercados, mercados mayoristas, tercenas.
- la competencia puede ser un tanto amenazadora para que el emprendimiento surja por ello se debe dar un plus a la organización para que posicionarnos en el mercado.
- Dentro del canto encontramos varias competencias como:
 - Inti sisa
 - Restaurante campestre
 - Restaurantes de comidas típicas
- Brindamos un producto/servicio de calidad nuevo y atractivo en un lugar con diferentes ambientes cada uno con diferente personalidad, y servicio de alimentación a la minuta. Que satisfaga sus necesidades de alimentación, recreación y confort, en un lugar acogedor donde se sienta relajado y salga de la rutina.

b) Análisis del producto (bienes y/o servicios)

❖ **Características:**

Es un servicio de alimentación nuevo y atractivo, donde el comensal degustara de platillos elaborados con productos frescos, garantizando la calidad en cada uno de los procesos de producción, en un lugar donde el cliente logre salir de la rutina, además que los platillos se servirán de una manera eficiente, y deleite su vista y paladar con un platillo con excelente montaje y sabor.

❖ Usos

- Alimentación sana y segura
- Satisfacer necesidades de los comensales
- Brindar un servicio de excelencia.
- Relajación y confort.
- Degustación de platillos con montajes que rompan paradigmas.

4.1.5 Aplicación del FODA

La herramienta denominada FODA nos permite analizar los cambios reales y posibles de nuestro entorno y la capacidad de recursos con los que cuenta la empresa y las expectativas de crecimiento y desarrollo de la misma. Esta matriz reúne información interna (fortalezas y debilidades) y externa (oportunidades y amenazas) de la empresa:

Tabla 6-4: Matriz Foda del restaurante.

Fortalezas	Disponibilidad del capital adecuado.
	Conocimiento del mercado.
	Reclutamiento de personal capacitado y con experiencia en el área.
	Estandarización de procesos.
	Calidad del producto final que se va a expender.
Debilidades	Inmadurez en el mercado.
	Productos o servicios sin características diferenciadoras.
	Oferta de productos a mediano valor monetario.
	Falta de tecnología.
Oportunidades	Competencia débil.
	Mercado mal atendido.
	Clientes insatisfechos con relación al producto y servicio ya existente.
	Disponibilidad de materia prima de calidad.
Amenazas	La competencia que genere el mismo producto y servicio a menos costo.
	La falta de innovación en el producto y servicio.
	Idiosincrasia de los habitantes del Cantón.

	Clientes acostumbrados a preparaciones específicas.
	Perder la perspectiva del negocio.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.2. Estudio de Mercado

El estudio de mercado se realizó con el fin de saber la viabilidad de comercialización del proyecto de emprendimiento es decir si va o no a haber aceptabilidad por parte del mercado segmentado, ratificar la necesidad de satisfacer una demanda insatisfecha aplicando un estudio de mercado por ello sabremos los gustos y preferencias de los consumidores.

4.2.1 Demanda

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir por lo tanto se ha determinado los posibles clientes que se tendrá y para lo cual se ha realizado una encuesta que nos ha permitido saber el número de demandantes en un periodo de 5 años.

Para lo cual se deberá identificar la tasa de crecimiento poblacional desde año 2017 al 2022.

Tabla 7-4: Tasa de crecimiento poblacional año 2017-2022

CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL CANTÓN GUAMOTE						
Nº	AÑO	POBLACIÓN	CRECIMIENTO GEOMÉTRICO			CRECIMIENTO POBLACIONAL
0	2010	24638	(1 +	0.0163)	⁰	24638
1	2011	24638	(1 +	0.0163)	¹	25040
2	2012	24638	(1 +	0.0163)	²	25448
3	2013	24638	(1 +	0.0163)	³	25863
4	2014	24638	(1 +	0.0163)	⁴	26284
5	2015	24638	(1 +	0.0163)	⁵	26713
6	2016	24638	(1 +	0.0163)	⁶	27148
7	2017	24638	(1 +	0.0163)	⁷	27590
8	2018	24638	(1 +	0.0163)	⁸	28040
9	2019	24638	(1 +	0.0163)	⁹	28497
10	2020	24638	(1 +	0.0163)	¹⁰	28962
11	2021	24638	(1 +	0.0163)	¹¹	29434

12	2022	24638	(1	+	0.0163)	¹²	29914
----	------	-------	---	---	---	--------	---	---------------	-------

Fuente: Estudio de Mercado .

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

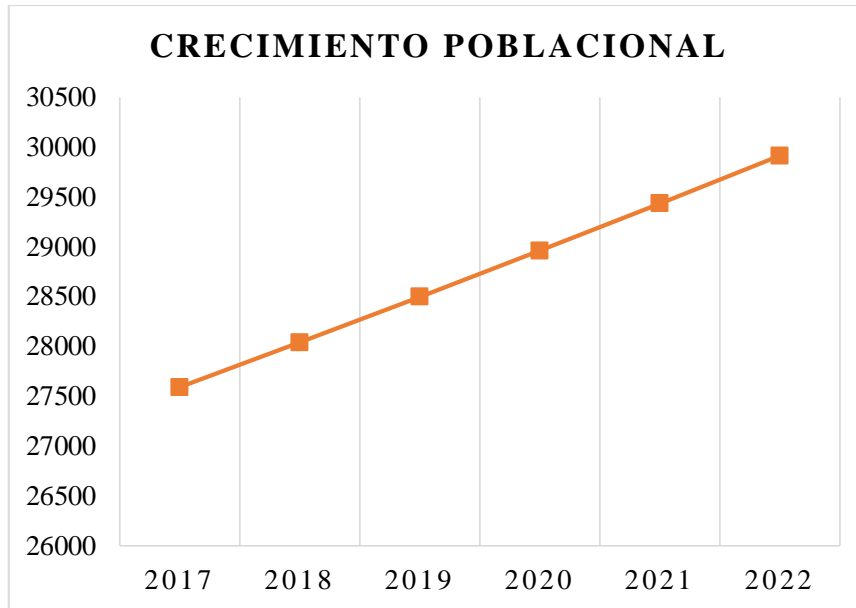


Gráfico 1-4: Crecimiento Poblacional del Cantón Guamote.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: por medio de la gráfica anterior se puede determinar que la poblacional va incrementando a medida que pasa los años con un factor determinante, lo cual nos da a conocer que tendremos consumidores a los cuales vamos a poder ofrecer nuestros productos y servicios.

DEMANDA PROYECTADA

El porcentaje de aceptabilidad referente a la implementación es de un 100% es decir este porcentaje de personas aceptan en el mercado ya existente la creación de un restaurante en el cantón. Logrando determinar los futuros clientes del establecimiento de alimentos y bebidas.

Tabla 8-4: Demanda proyectada restaurantes Cantón Guamote.

DEMANDA PROYECTADA
"LO NUESTRO" RESTAURANT

Nº	AÑOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE DE ACEPTABILIDAD	POBLACIÓN OBJETIVA	CONSUMO MENSUAL	DEMANDA ANUAL
0	2017	27590	100%	27590	69.62	23051517.56
1	2018	28040	100%	28040	69.62	23427257.29
2	2019	28497	100%	28497	69.62	23809121.59
3	2020	28962	100%	28962	69.62	24197210.27
4	2021	29434	100%	29434	69.62	24591624.80
5	2022	29914	100%	29914	69.62	24992468.28

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

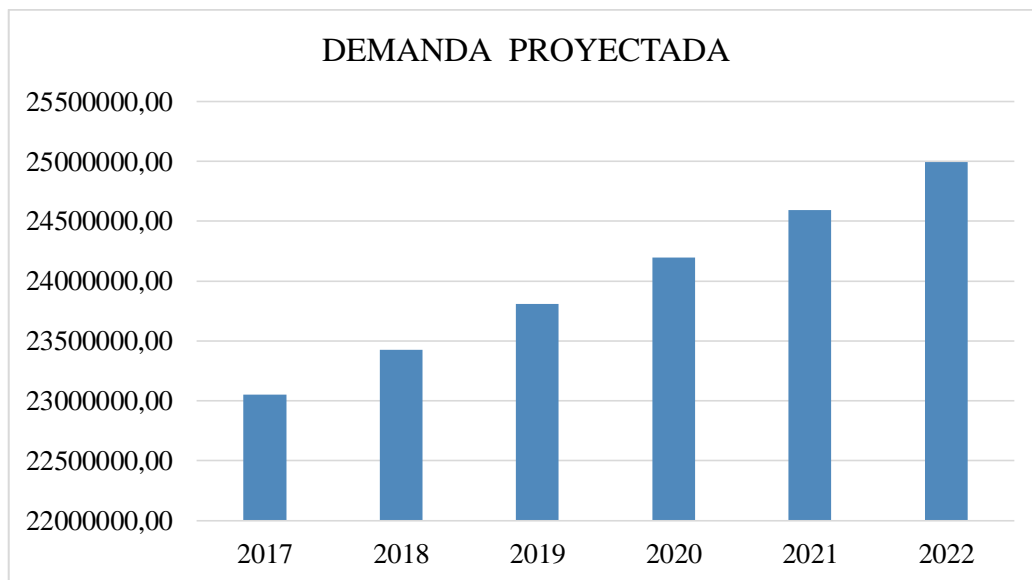


Gráfico 2-4: Demanda proyectada.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: mediante este grafico se puede observar que para el año 2021 incrementan las personas que probablemente asistirán al restaurante para el consumo de alimentos y bebidas que la misma ofrece.

4.2.2. Oferta

Oferta: a través de las encuestas, se ha podido identificar que existen establecimientos de alimentación y bebidas, que ofrecen productos similares a los que se van a expender en el establecimiento. Es decir se determina la competencia directa e indirecta presente en el sector.

Tabla 9-4: Oferta proyectada.

OFERTA PROYECTADA				
"LO NUESTRO" RESTAURANT				
Nº	AÑOS	CONSUMO ANUAL	PORCENTAJE	OFERTA
0	2017	23051517.56	16%	3688242.809
1	2018	23427257.29	16%	3748361.167
2	2019	23809121.59	16%	3809459.454
3	2020	24197210.27	16%	3871553.643
4	2021	24591624.8	16%	3934659.967
5	2022	24992468.28	16%	3998794.925

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

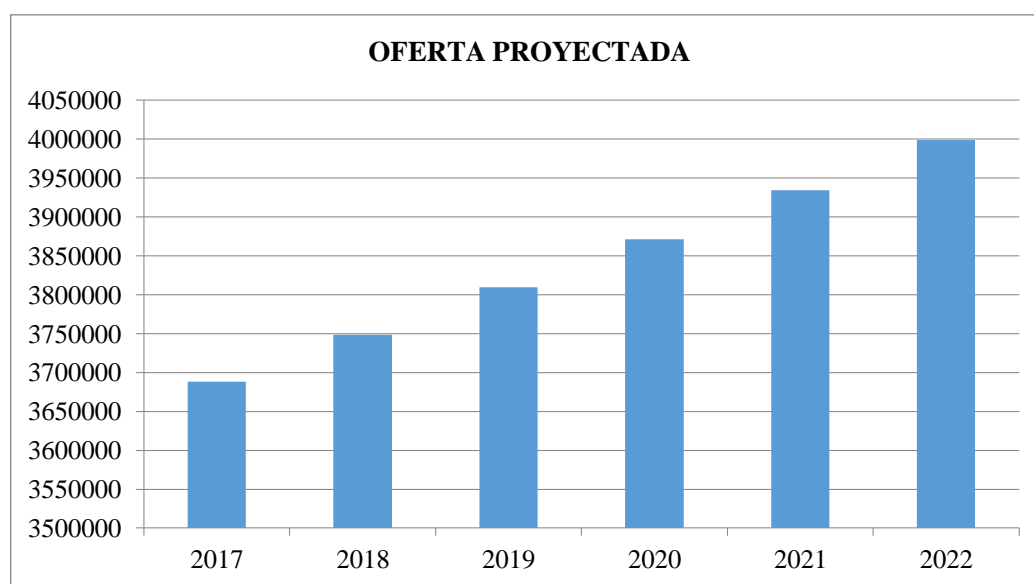


Gráfico 3-4: Oferta proyectada.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.2.3. Demanda insatisfecha

Se refiere al porcentaje de personas, que no están satisfechos con el servicio de A y B, que ofrecen los establecimientos ya existentes por la tanto representa el segmento meta

Tabla 10-4: Demanda insatisfecha cantón Guamote.

DEMANDA INSTISFECHA			
"LO NUESTRO" RESTAURANT			
AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	23051517.56	3688242.809	19363274.75
2018	23427257.29	3748361.167	19678896.13
2019	23809121.59	3809459.454	19999662.13
2020	24197210.27	3871553.643	20325656.63
2021	24591624.8	3934659.967	20656964.83
2022	24992468.28	3998794.925	20993673.36

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

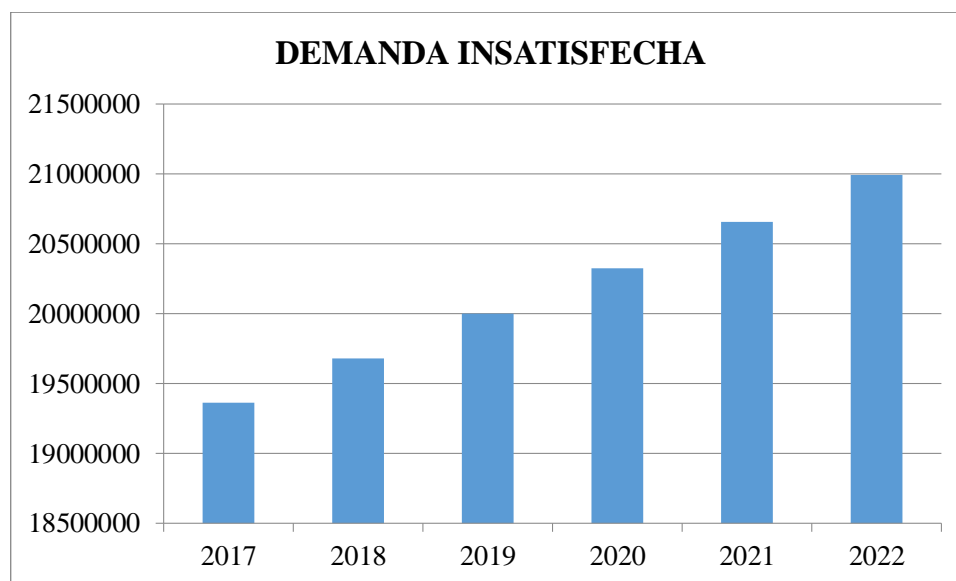


Gráfico 0-2: Demanda proyectada.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: Con los resultados obtenidos se puede llegar a concluir que la demanda es superior a la oferta por lo tanto existe demanda insatisfecha, llegando así a concluir que el Proyecto es viable para continuar con la siguiente fase.

4.2. 4. Mix de mercado

4.2. 4. 1. Producto

El tipo de producto que se va a ofertar en el restaurante temático está relacionado a la gastronomía típica del Cantón Guamote ya que se pretende dar un producto existente pero con un plus, es decir algo que les diferencie de la competencia. Entre ellos tenemos platos típicos con montajes de vanguardia, servicio personalizado, un ambiente temático basado en la cultura del cantón con un toque moderno.

A continuación se presentara el logotipo y eslogan del restaurante temático.

Logotipo:



Ilustración 1-4: Logotipo del restaurante “LO NUESTRO”.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Slogan: “De nuestra tierra, lo mejor.”

Hace referencia a que hay algo más que descubrir y disfrutar en el Cantón Guamote ya que posee una riqueza gastronómica e histórica.

Colores:

- Verde oscuro: representa la riqueza natural del cantón en cuanto a la vegetación, además de expresar crecimiento y salud.
- Rojo: representa la fuerza y dedicación de cada miembro de la organización.

- Blanco: representa la tranquilidad y equilibrio, se puede decir también que representa asepsia y sanitación que se va a manejar en cada uno de los procesos que se lleven a cabo en el restaurante.

4.2. 4. 2. Precio.

Para la fijación del precio se debe basar en el estudio técnico donde se realizaran las recetas estándar una vez fijado que menú se dará en el restaurante, analizando seguidamente los costos de producción, mano de obra, materia prima.

Se basaran además en la encuesta donde se arrojó el valor monetario que estaría dispuestos los clientes a cancelar por el producto o servicio.

4.2. 4. 3. Plaza

Para la comercialización del producto o servicio se utilizara un canal directo el cual va del productor al consumidor. Si se llegara a implementar un servicio a domicilio este canal de distribución será de un canal medio de distribución.

4.2. 4. 4. Promoción.

La manera de llegar al cliente será la radio, prensa, internet, páginas web, trípticos, hojas volantes, tarjetas de presentación. Por medio de las cuales se promocionará el restaurante llegando así a posicionarse en la mente del cliente.

4.2.5. Análisis del sector

a) Análisis del sector

El emprendimiento está ubicado en la vía panamericana del cantón Guamote, un lugar bastante comercial y concurrido, ya que la vía que conecta: Guamote con Riobamba y Cuenca, es un lugar de fácil acceso, rodeado de plantaciones silvestres, y vegetación en

general en un ambiente natural, propio para satisfacer las necesidades de alimentación, recreación y confort.

b) Tipo de clientes

- Va dirigido a todo tipo de clientes que pueden pagar el precio establecido para cada producto, ya que se pretende llegar a todos los niveles socio económicos.

c) Proveedores

- Los proveedores juegan un rol fundamental dentro del restaurante ya que el no seleccionarlos de manera adecuada, nuestro producto será deficiente y falto de calidad. Dentro del cantón contamos con supermercados, mercados mayoristas, tercenas, por medio de las cuales se abastecerá al restaurante.

d) Competidores

- La competencia puede ser un tanto amenazadora para que el emprendimiento surja por ello se dará un plus al producto y servicio que ofertará el restaurante logrando posicionar al mismo en el mercado.
- Dentro del cantón la competencia existente son:
 - ✓ Inti sisa
 - ✓ Restaurante campestre
 - ✓ Restaurantes de comidas típicas

e) Tipo de producto

- Se brinda un producto/servicio de calidad nuevo y atractivo en un lugar diferente. Que satisfaga las necesidades de alimentación, recreación y confort del cliente. en un lugar acogedor donde se sienta relajado y salga de la rutina.

4.2.6. Cargos y funciones del área comercial

Dentro del área comercial se contará con una persona la cual ejercerá las funciones de mesero y cajero, las mismas que se encuentran descritas a continuación.

Tabla 11-4: Cargos y funciones del área comercial.

N° DE PUESTOS	CARGO	FUNCIÓN	SUELDO MENSUAL
1	Cajero(a)/ Mesero(a)	Registrar los ingresos económicos a causa de los productos y servicios vendidos. Llevará un registro de la frecuencia de consumo de los clientes. Contestar el teléfono. Registrar las reservaciones. <hr/> Tomar los pedidos de los clientes. Llevar alimentos y bebidas directo a la mesa. Responder todo tipo de inquietud del cliente. Conocer los ingredientes de las preparaciones.	\$380
Servicios profesionales	Contador(a)	Controlar el flujo del dinero. Registrar el movimiento de los inventarios. Manejar el sistema contable para la declaración de impuestos en el SRI. Realizar los trámites en cuanto a permisos para el funcionamiento. Llevar las cuentas de todas las transacciones que se den en la empresa.	\$100
		SUELTO TOTAL AL MES	\$480
		SUELDO TOTAL AL AÑO	\$4560

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.2.7. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

Tabla 12-4: Inversiones del área comercial.

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Smart TV 48 tcl CURVA LED C48plfs+	1	674.00	674.00
Caja registradora	1	290.00	290.00
Teléfono panasonic doble contestador	1	114.99	114.99
Mesa para oficina	1	130.00	130.00
TOTAL	4	\$ 1,208.99	\$1,208.99

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 13-4: Gastos del área comercial.

TIPO	CANTIDAD	C.ANUAL
CARTA MENU	10	50.00
TARJETA DE PRESENTACION	1000	30.00
TRIPTICO	4	5.00
ROTULO	1	90.00
	TOTAL	\$175.00

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 10-6: Gastos del área comercial.

ACTIVOS FIJOS ÁREA COMERCIAL	\$1,208.99
GASTOS DEL ÁREA COMERCIAL	\$175.00
TOTAL	\$1,383.99

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3. Estudio Técnico

4.3.1 Determinación del tamaño de la empresa

El tamaño en este emprendimiento se va a medir por la capacidad de producción, se toma en cuenta la cantidad diaria del menú que se ofrecerá, por 6 días (lunes a sábado) que se va a trabajar en la semana, para considerar la producción mensual y anual.

Tabla 15-4: Producción del restaurante “LO NUESTRO”.

COSTO DE MATERIA PRIMA								
TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
FANTASÍA ANDINA	5	35	140	1,680	0.97	135.80	407.40	1,629.60
DELICIA CAMPESTRE	5	35	140	1,680	1.46	204.40	613.20	2,452.80
SECO DE CHIVO	7	49	196	2,352	0.77	151.64	454.91	1,819.63
YAGUARLOCRO	6	42	168	2,016	1.05	177.21	531.64	2,126.56
ASADO CAMPESTRE	4	28	112	1,344	2.22	249.15	747.46	2,989.85
CALDO DE GALLINA	10	70	280	3,360	0.70	194.86	584.57	2,338.30
LLAPINGACHOS	10	70	280	3,360	0.60	167.70	503.11	2,012.45
FRITADA	5	35	140	1,680	0.95	133.23	399.69	1,598.76
ARROZ DE CEBADA CON CARNE DE CERDO	6	42	168	2,016	0.44	73.50	220.51	882.06
HORNADO	6	42	168	2,016	1.12	188.71	566.12	2,264.47
CHICHA	10	70	280	3,360	0.36	99.85	299.54	1,198.17
INTI SWEET	5	35	140	1,680	0.61	85.40	256.20	1,024.80
CUAJADA ANDINA	10	70	280	3,360	0.52	146.95	440.86	1,763.43
BEBIDA ESPECIAL	15	105	420	5,040	0.39	163.49	490.46	1,961.82
TENTACIÓN	5	35	140	1,680	0.85	118.30	354.90	1,419.60
TORTILAS DE MAIZ	12	84	336	4,032	0.31	103.43	310.29	1,241.18
EMPANADAS DE CARNE	5	35	140	1,680	0.37	51.60	154.81	619.24
HUMITAS	5	35	140	1,680	0.49	68.04	204.11	816.44
CHIWILES	5	25	100	1,200	0.35	35.29	105.88	423.52
TRILOGÍA	5	25	100	1,200	0.59	58.68	176.04	704.16
TOTAL	141	967	3,868	46,416	\$15.12	\$2,607.24	\$7,821.71	\$31,286.85

Fuente: Estudio financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3.3 Localización...

Se considera varias parámetros y lugares para determinar la localización.

Tabla 16-4: Parámetros para determinar la localización del emprendimiento.

ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN FACTORES	A (VÍA PANAMERICAN A GUAMOTE)	B (RIOBAMBA)	C (SAN ANDRES)
Condiciones socio-económicas	15	10	5
Aspectos legales y tributarios	30	15	5
Proximidad del mercado	10	5	10
Costo y proximidad de MP	15	5	15
Costo y disponibilidad MO	15	10	15
Costos de los Servicios Básicos	10	5	10
Influencia del clima	0	10	0
Costo de seguridad	5	5	5
TOTAL	100%	65%	55%

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

RESULTADOS:

Tabla 17-4: Resultados.

A (VÍA PANAMERICANA GUAMOTE)	100%
B (RIOBAMBA)	65%
C (SAN ANDRES)	55%

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS:

De acuerdo al resultado obtenido y basándome en los parámetros propuestos, el lugar ideal para ubicar el establecimiento es en la vía panamericana del cantón Guamote, Provincia de Chimborazo.

MACROLOCALIZACIÓN:

- PAÍS: ECUADOR
- PROVINCIA: CHIMBORAZO
- CANTÓN: GUAMOTE
- PARROQUIA: LA MATRIZ



Ilustración 2-4: Macro localización del emprendimiento.

FUENTE: https://sites.google.com/site/chimborazosultanadelosandes/_/rsrc/1434080263324/lugares-turisticos-1/mapa-geografico/UBICACION.jpg: <https://image.slidesharecdn.com/guamte-1222532551244961-8/95/canton-27-728.jpg?cb=1222507351>

MICROLOCALIZACIÓN:

- CANTÓN: GUAMOTE
- VÍA PANAMERICANA



Ilustración 3-4: Micro localización del emprendimiento.

FUENTE: <https://image.slidesharecdn.com/guamte-1222532551244961-8/95/canton-27-728.jpg?cb=1222507351>

https://i.ytimg.com/vi/JS60t_Tk5SQ/hqdefault.jpg

4.3.4 Proceso de producción

4.3.4.1. Diagrama de flujo

FLUJO DE PRODUCCIÓN

Se identifica todos los pasos que se tendrá que realizar para la obtención del producto y servicio, aplicando los gráficos para el flujograma.

Donde:

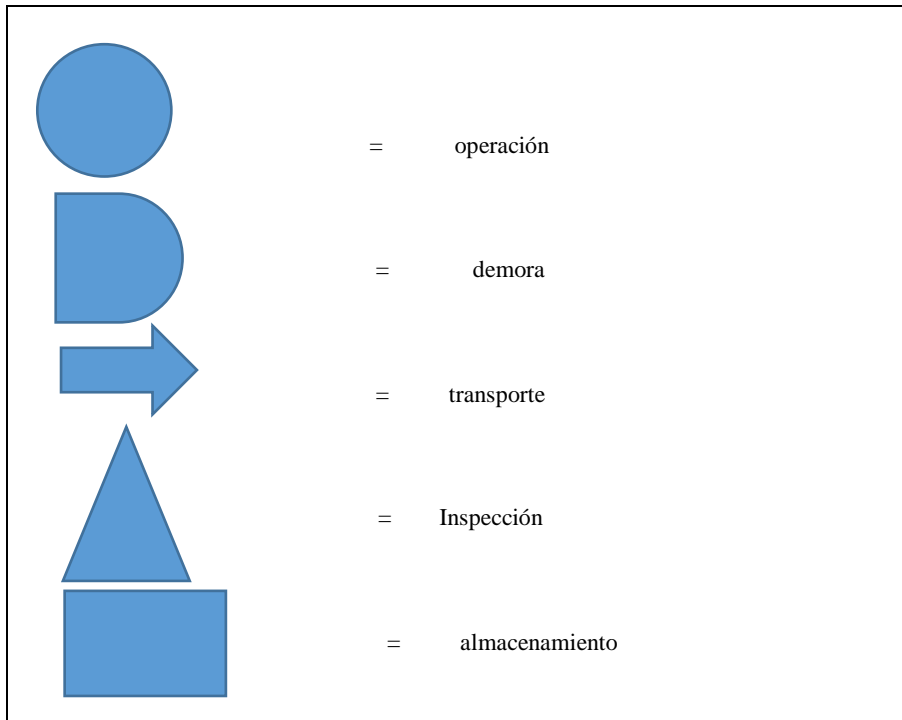


Figura 1-4: Significado de la señalética del flujograma de procesos.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. Compra de la materia prima.
2. Transporte de materia prima.
3. Recepción de materia prima.
4. Distribución.
5. Almacenamiento.
6. Mise en place.
7. Producción.

DIAGRAMA DE FLUJO

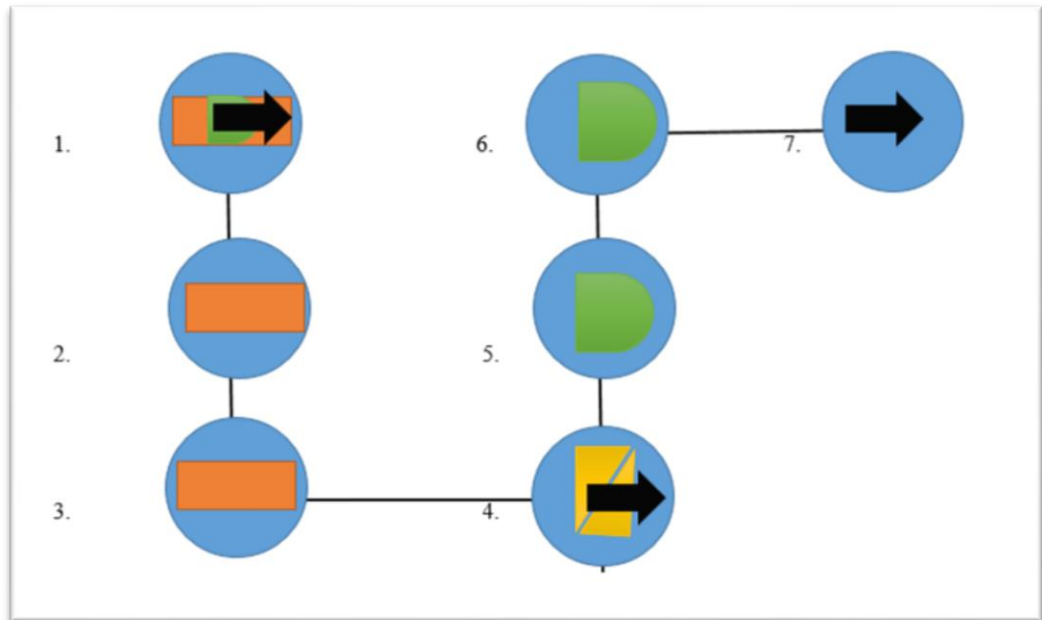


Figura 2-4: Diagrama de flujo

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3.4.2. Recetas estándar.

Tabla 18-4: Receta estándar.

NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:		FANTASÍA ANDINA		FECHA DE ELABORACIÓN		# pax 1			
TIPO DE MENU	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeración X		Congelacion	Otros			
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
1	MOTE	50	g			HERVIDO		1,00 (lb)	0.09
2	PAPAS	60	g	Tornear		HERVIDO		0,35 (lb)	0.04
3	AGUACATE	40	g	Gajo			ENSALADA	0,75 (unid)	0.1
4	POLLO	120	g	Filete		A LA PLANCHA		1,40 (lb)	0.37
5	CEBOLLA	15	g	Juliana		CURTIR	ENSALADA	0,20 (unid)	0.05
6	TOMATE	15	g	Cubos medianos		CURTIR	ENSALADA	0,20 (unid)	0.05
7	LIMON	5	g	Zumo			ENSALADA	0,06 (unid)	0.05
8	CEBOLLA BLANCA	10	g	Brunoise		SALTEAR	REFRITO	0,15 (unid)	0.03
9	AJO	5	g	Batallar		SALTEAR	REFRITO	0,08 (unid)	0.08
10	SAL	10	g					0,45 (500 g)	0.05
11	PIMIENTA	5	g					0,55 (20 g)	0.03
12	ACHIOTE	3	cc					0,15 (5g)	0.03
								Total	0.97
								PVP SIN IVA	2.77
				MONTAJE					
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL				

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3.5. Requerimiento de Talento Humano

En cada área del establecimiento contamos con los distintos puestos de trabajo los cuales serán detallado a continuación mediante las siguientes fichas profesiográficas, donde se encuentra identificación de cargo, requisitos mínimos, objetivo principal y funciones a desempeñar.

Tabla 19-4: Ficha de descripción del puesto.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	COCINERO
Dependencia:	AREA DE PRODUCCIÓN
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título de chef
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada del área de producción es decir de la transformación de alimentos crudos a cocidos y de emplatarlos para que el cliente vaya satisfecho y regrese a nuestro establecimiento.	
Funciones esenciales	
Encargado del área de cocina. Elaboración de menús. Dirigir al personal de cocina. Motivar al personal. Elaboración de actividades dentro de la cocina.	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 20-4: Ficha de descripción del puesto.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	AYUDANTE DE COCINA
Dependencia:	AREA DE PRODUCCIÓN
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título de bachiller
Requisitos de Experiencia	Experiencia en cocina.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada de apoyar al cocinero en cualquier actividad que este le encomiende durante la jornada de trabajo, en cualquier área de la cocina.	
Funciones esenciales	
<p>Cumplir con las órdenes del chef.</p> <p>Limpieza del área de cocina.</p> <p>Preparación del mise en place día a día.</p>	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3.6. Diseño de la planta

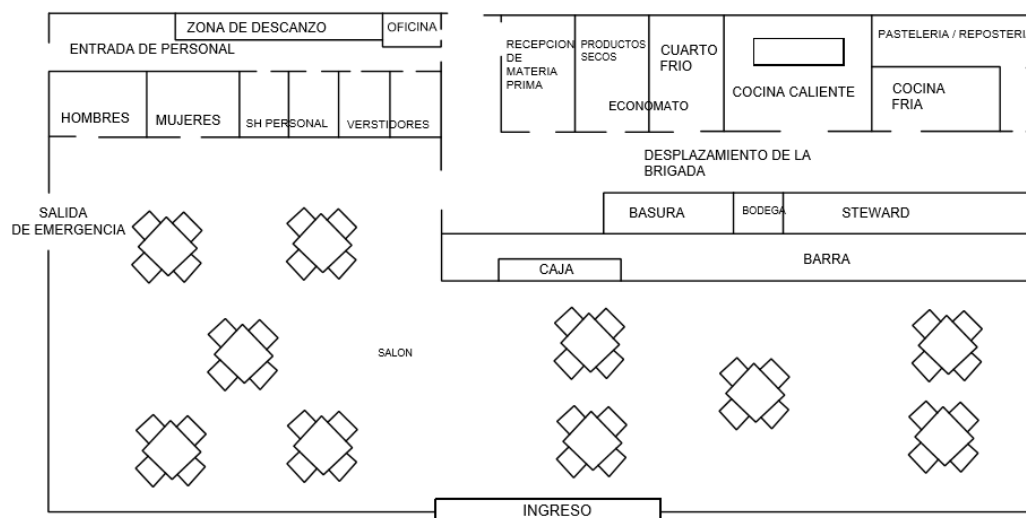


Figura 3-4: Diseño de la planta.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Descripción de la planta:

El restaurante “LO NUESTRO” está dividido en áreas diferentes, las cuales serán descritas a continuación: iniciando por la entrada principal donde se puede divisar el salón con un total de 10 mesas, donde se atenderá a los clientes, consta también de la barra, la caja, en la parte izquierda del mismo, se encuentran los baños para hombres y mujeres, consta además de área de cocina caliente, cocina fría, área de pastelería y repostería, el área de economato donde está la bodega de productos secos, el cuarto frío, por otro lado consta de una zona de desplazamiento para la brigada de cocina, al frente la zona de Stewart donde se procederá a la limpieza de la vajilla y demás, contamos con una puerta por la cual se recibirá la materia prima seguidamente del cuarto de recepción de materia prima donde se procederá a la limpieza clasificación y distribución de la materia prima en las diferentes bodegas del establecimiento. Consta además con una puerta trasera por la cual ingresará la brigada de cocina, la misma cuenta con baños para hombres y mujeres así mismo de vestidores para hombres y mujeres. No podía faltar además de una oficina para el gerente del establecimiento.

4.3.7. Estructura de costos de producción

MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 21-4: Mano de obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUELDO AÑO	12,15 (11,15% APOORTE PATRONAL,0,5 IECE,0,5 SECAP)
COCINERO	390.00	1,170.00	4,680.00	568.62
AYUDANTE DE COCINA	375.00	1,125.00	4,500.00	546.75
TOTALES:	\$765.00	\$1,170.00	\$9,180.00	\$1,115.37

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

MATERIA PRIMA

Tabla 22-4: Costo de la materia prima por receta.

COSTO DE MATERIA PRIMA				
TIPO DE RECETA ESTANDAR	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
FANTASÍA ANDINA	0.97	135.80	407.40	1,629.60
DELICIA CAMPESTRE	1.46	204.40	613.20	2,452.80
SECO DE CHIVO	0.77	151.64	454.91	1,819.63
YAGUARLOCRO	1.05	177.21	531.64	2,126.56
ASADO CAMPESTRE	2.22	249.15	747.46	2,989.85
CALDO DE GALLINA	0.70	194.86	584.57	2,338.30
LLAPINGACHOS	0.60	167.70	503.11	2,012.45
FRITADA	0.95	133.23	399.69	1,598.76
ARROZ DE CEBADA CON CARNE DE CERDO	0.44	73.50	220.51	882.06
HORNADO	1.12	188.71	566.12	2,264.47
CHICHA	0.36	99.85	299.54	1,198.17
INTI SWEET	0.61	85.40	256.20	1,024.80

CUAJADA ANDINA	0.52	146.95	440.86	1,763.43
BEBIDA ESPECIAL	0.39	163.49	490.46	1,961.82
TENTACIÓN	0.85	118.30	354.90	1,419.60
TORTILAS DE MAIZ	0.31	103.43	310.29	1,241.18
EMPANADAS DE CARNE	0.37	51.60	154.81	619.24
HUMITAS	0.49	68.04	204.11	816.44
CHIWILES	0.35	35.29	105.88	423.52
TRILOGÍA	0.59	58.68	176.04	704.16
TOTAL	15.12	2,607.24	7,821.71	31,286.85

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Tabla 23-4: Costos indirectos de fabricación.

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIALES INDIRECTOS			
Fundas blancas membretadas	25	0.80	20.00
Papel de cocina	1	8.00	8.00
Contenedor de carton cuadrado	50	0.05	2.50
Cubiertos de plastico	25	0.05	1.25
TOTAL	101	8.90	31.75
TOTAL ANUAL			\$ 381.00

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

CONSUMO DE SERVICIOS BASICOS

Tabla 24-7: Consumo de servicios básicos.

SERVICIOS BASICOS						
TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	200	0.11	kw/h	22.50	67.50	270.00
Teléfono	150	0.09	mm	18.00	54	216
Internet	Ilimitado	25.00	Megas	25.00	75	300
Agua	16	0.64	m3	12.00	36.00	144.00
TOTAL				77.50	232.50	930.00

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

COMBUSTIBLE

Tabla 25-4: Combustible.

COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES					
COMBUSTIBLES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
GAS INDUSTRIAL	2	28.00	56.00	168.00	672.00
TOTAL				\$ 168.00	\$ 672.00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

MANTENIMIENTO

Tabla 26-4: Mantenimiento.

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANTIDAD	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO	COSTO ANUAL
REFRIGERADORA MABE	1	1 AÑO	MABE	15.00	15.00
CAMPANA EXTRACTORA DE OLOR ELECTROLUX 90 CM	1	1 AÑO	ELECTROLUX	15.00	15.00
COCINA INDUSTRIAL	1	1 AÑO	HORNOS ANDINO	13.00	13.00
LICUADORA OSTER MOTOR REVERSIBLE 6 ASPAS 600WTS	1	1 AÑO	TVENTAS	10.00	10.00
TUBERIAS Y PLAGAS	1	1AÑO	KATARI S.A.	50.00	50.00
TOTAL				\$ 103.00	\$ 206.00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla 27-4: Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR (SIN IVA)	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	3,205.00	10	320.50	288.45
EQUIPO DE COMPUTO	500.00	3	165.00	111.67
MUEBLES Y ENSERES	1,280.00	10	128.00	115.20
TOTAL	\$4,985.00		\$613.50	\$515.32

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3.8. Determinación de activos fijos para producción

Tabla 28-4: Activos fijos para producción.

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE COMPUTO			
COMPUTADORA	1	500.00	500.00
TOTAL		500.00	500.00
BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA EQUIPOS			
cocina industrial 6 quemadores	1	500.00	500.00
Refrigerador	1	500.00	500.00
Horno industrial a gas	1	600.00	600.00
Licuadaora	1	80.00	80.00
Batidora americana kitchen aid	1	250.00	250.00
Grill y plancha industrial a gas en acero inoxidable	1	600.00	600.00
Campana en acero inoxidable	1	250.00	250.00
Teléfono inalámbrico	1	80.00	80.00
Caja registradora	1	285.00	285.00
Tanque de gas industrial	1	60.00	60.00
TOTAL	10	3,205.00	3,205.00
BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Mesa de trabajo en acero inoxidable fabricantes	1	250.00	250.00
Mesas de diario de madera y metal tipo campestre	10	80.00	800.00
mostrador rustico de madera	1	230.00	230.00
TOTAL		560.00	1,280.00

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 29-4: Resumen de activos fijos.

ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	3,205.00	3,205.00
EQUIPO DE COMPUTO	500.00	500.00
MUEBLES Y ENSERES	560.00	1,280.00
SUB-TOTAL ACTIVOS FIJOS		4,985.00

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.3.9. Programa pre operativo.

Tabla 30-4: Gastos de experimentación.

GASTO EXPERIMENTACIÓN					
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO	M.P	COSTO POR TIEMPO	COSTO TOTAL
PRUEBAS	CHEF ADMINISTRADOR	01:00	9	3.45	13.79
MUESTRAS	CHEF ADMINISTRADOR	01:00	3	2.99	5.98
DEGUSTACIONES	AYUDANTE DE COCINA	01:00	3	2.23	4.45
CONTROL DE CALIDAD	CHEF ADMINISTRADOR	01:00	0	1.60	3.15
TOTAL				\$ 10.26	\$ 27.37

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.4 Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

4.4.1. Organización

El restaurante “LO NUESTRO” está dividido en tres áreas las cuáles son: área administrativa, área de producción y área de ventas.

El área administrativa está dirigida por el chef administrador el cual se encargará de dirigir y administrar el establecimiento de alimentos y bebidas. Dentro de esta área contaremos con un contador en cuál se encargará de llevar la contabilidad de la empresa.

En el área de producción se encuentran las personas que interviene directamente en el proceso de producción: un cocinero, y un ayudante de cocina.

En el departamento de ventas se encuentra el mesero, que se e encarga del servicio y atención al cliente.

Cada una de las áreas del establecimiento deberá ser cubierta con personal idóneo que cumpla con sus funciones.

4.4.1.1. Organigrama Estructural

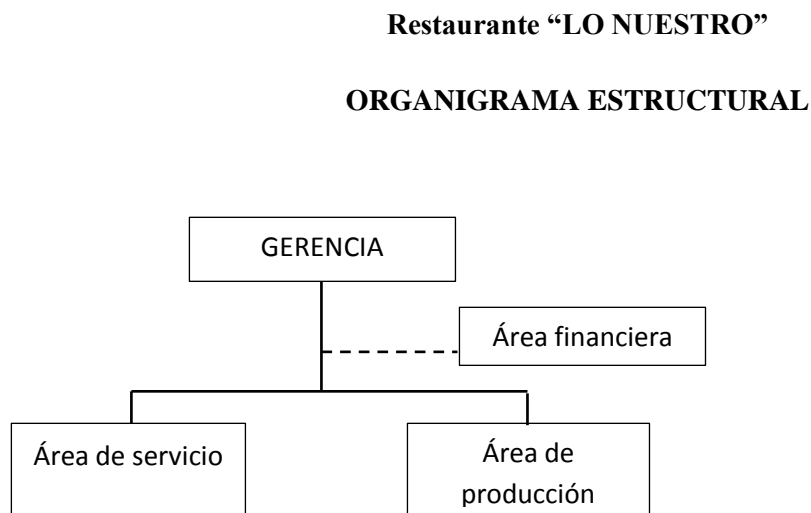


Figura 0-1: Organigrama estructural.

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

LEYENDA

| Nivel directivo
 └ Nivel operativo

Elaborado por: Genny
 Gavin

Fecha de elaboración: 12
 de junio de 2017

Aprobado por:
 Fecha de aprobación:

4.4.1.2. Organigrama Funcional

Restaurante “LO NUESTRO”

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

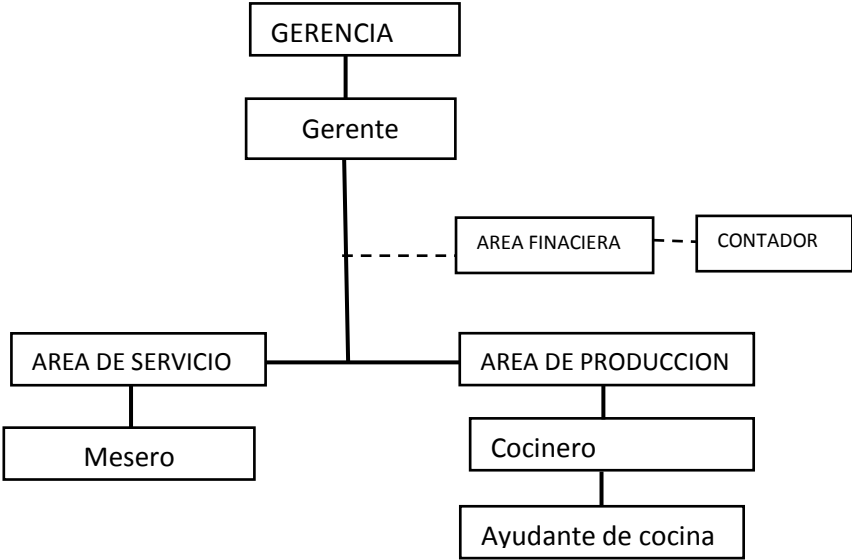


Figura 5-4: Organigrama funcional de la empresa.

Fuente: Estudio Financiero.
Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

LEYENDA

| Nivel directivo
 └ Nivel operativo

Elaborado por: Genny
 Gavin

Fecha de elaboración: 12
 de junio de 2017

Aprobado por:
 Fecha de aprobación:

4.4.1.3. Proceso de Selección y contratación del talento humano

El proceso de reclutamiento, selección, contratación, e inducción es un conjunto de procesos que realiza la empresa; con el fin contratar personal competente en cada área del restaurante.

Definición del perfil del postulante:

Por medio de este paso se determina los conocimientos, competencias, habilidades, destrezas, valores, aptitudes, y experiencia con la que debe contar las personas que va a formar parte del establecimiento.

- Reclutamiento.

Se procedió a buscar al personal idóneo por medio de anuncios en distintos medios de comunicación donde se procederá a la recolección de carpetas para reclutar al personal adecuado.

Tabla 31-4: Gastos para contratación de talento humano.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	COSTO
Radio (anuncios publicitarios)	\$8,50
Periódico (anuncio)	\$11,35
Costo total	\$19,85

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

- Evaluación

Seguidamente se realiza una pre-selección y la evaluación del personal, mediante una entrevista personal con preguntas abiertas para así lograr conocer su competencia personal y laboral a profundidad.

- Selección y contratación.

Tras analizar las diferentes carpetas que presentaron, para seleccionar el perfil que esté de acuerdo con las necesidades del establecimiento y el mismo genere crecimiento a la organización. Previa a la inducción se realiza la contratación mediante la firma del contrato donde las dos partes están de acuerdo con la remuneración, horas de trabajo, cargo a desempeñar y funciones que debe cumplir además de los beneficios de ley que recibirá.

En el proceso de contratación se realizarán los siguientes pasos:

- ✓ El empleador debe ingresar a la página del ministerio de trabajo. Ingresar seguidamente al icono SAITE (Sistema de administración integral de trabajo y empleo).
- ✓ Leer rápidamente 3 archivos en pdf. Manual de ingreso al sistema, manual para el registro de trabajador y actas de finiquito.
- ✓ Marcar acceso a SAITE, seguidamente se le generará un formulario donde ingresa los datos del empleado. Al finalizar el registro se generará un contrato electrónico que deberá imprimir.
- ✓ Contar a su vez con un contrato físico con las cláusulas establecidas donde firmara el empleado aceptando las condiciones del mismo.

IESS

- ✓ Entrar a la página del IESS
- ✓ El gerente de la empresa crea la cuenta en la página del IESS, donde se redirige a una ventana donde se registrará a los empleados, en el cual se genera un contrato digital el cual se imprime.

- Inducción y capacitación

Tras realizar el proceso de selección y contratación, la empresa procederá, a la inducción y capacitación al personal para que este se adapte al medio laboral con; un recorrido por las instalaciones, presentación con el personal, darle a conocer las funciones a desempeñar y demás particularidades del lugar de trabajo. Por medio de este paso logramos que los colaboradores de la organización se acoplen a su medio de trabajo y sepan qué actividades deben cumplir día a día.

- **Fichas profesiográficas.**

Cada área del establecimiento cuenta con los distintos puestos de trabajo los cuales serán detallado a continuación mediante las siguientes fichas profesiográficas, donde se encuentra identificación de cargo, requisitos mínimos, objetivo principal y funciones a desempeñar.

Tabla 32-4: Ficha de descripción del puesto gerente.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	GERENTE
Dependencia:	AREA ADMINISTRATIVA
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título administración de empresas.
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada de dirigir la empresa y controlar cada una de las áreas que la compone, cuenta con los conocimientos necesarios para que la organización crezca.	

Funciones esenciales
Responsable del restaurante
Encargado de todas las áreas del restaurante.
Llevar la contabilidad del restaurante
Planeación de menús conjuntamente con el chef.
Control de costos
Recibe clientes importantes
Soluciona cualquier dificultad suscitada en la empresa

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 33-4: Ficha de descripción del puesto.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	CONTADOR
Dependencia:	AREA ADMINISTRATIVA
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título en contabilidad y auditoría.
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada de encargada de llevar la contabilidad del establecimiento para lograr un control de costos adecuado.	
Funciones esenciales	

<p>Llevar la contabilidad de la empresa.</p> <p>Realizar pagos a los empleados.</p> <p>Resolver cualquier dificultad.</p> <p>Llevar el libro contable.</p>
--

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 30-8: Ficha de descripción del puesto.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	COCINERO
Dependencia:	AREA DE PRODUCCIÓN
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título de chef
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada.
Objetivo Principal	
<p>Es la persona encargada del área de producción es decir de la transformación de alimentos crudos a cocidos y de emplatarlos para que el cliente vaya satisfecho y regrese a nuestro establecimiento.</p>	
Funciones esenciales	
<p>Encargado del área de cocina.</p> <p>Elaboración de menús.</p> <p>Dirigir al personal de cocina.</p> <p>Motivar al personal.</p> <p>Elaboración de actividades dentro de la cocina.</p> <p>Controlar la bodega.</p>	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 35-4: Ficha de descripción del puesto.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	AYUDANTE DE COCINA
Dependencia:	AREA DE PRODUCCIÓN
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título de bachiller
Requisitos de Experiencia	Experiencia en cocina.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada de apoyar al cocinero en cualquier actividad que este le encomiende durante la jornada de trabajo, en cualquier área de la cocina.	
Funciones esenciales	
Cumplir con las órdenes del chef.	
Limpieza del área de cocina.	
Preparación del mise en place día a día.	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 36-4: Ficha de descripción del puesto.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	MESERO
Dependencia:	AREA DEVENTAS
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Conocimiento de servicio de atención al cliente.
Requisitos de Experiencia	Experiencia en cocina.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada del servicio y atención al cliente, siendo la primera cara de la empresa por lo cual el cliente regresará.	
Funciones esenciales	
Atención y servicio al cliente	
Montaje de mesas.	
Toma de pedidos.	
Dar la cuenta al cliente.	

Limpieza del área de servicio.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.4.1.4. Manual de funciones

El manual de funciones será una guía textual donde se dará a conocer el objetivo, la misión, visión, políticas, estrategias de la empresa así también el perfil profesional, competencias, funciones específicas del recurso humano en cada área del emprendimiento. Y los parámetros que deben tomar en cuenta para brindar un producto y servicio de calidad.

Será un instrumento donde este resumida la organización de la empresa, siendo interactivo y muy fácil de socializar con el cliente y con los empleados. (Ver anexo B)

4.4.2. Marco Legal

El emprendimiento contará con todos los permisos de ley requeridos logrando brindar transparencia y solidez por parte del establecimiento, hacia nuestros clientes.

Ejerciendo a su vez los derechos ciudadanos a la realización de una actividad económica, con beneficio salarial, personal.

LEY DEL ARTESANO

El proyecto se basara en la ley del artesano debido a que esta ley ampara a las personas que sepan un arte, y que transformen la materia prima en un producto elaborado.

Tabla 37-4: Ventajas y desventajas de la ley del artesano.

Ventajas	Desventajas
-----------------	--------------------

No estarán obligado a llevar contabilidad, sus actividades gravan el 0% del Impuesto al Valor Agregado (IVA).	La JNDA solo calificará como artesanos a quienes hayan invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima un cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500.
No está obligado a pagarlos décimos tercero y cuarto sueldo a sus colaboradores	Solo se otorgará 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.
No tienen que cancelarles utilidades y fondos de reserva.	Los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo.
No se sujetan a obligaciones del Código de trabajo pero si reciben su indemnización en caso de dar por terminado la relación laboral.	

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.4.3. *Permisos requeridos para su funcionamiento*

Tabla 38-4: Permisos requeridos para su funcionamiento.

PERMISOS	REQUISITOS	COSTO
INSCRIPCION DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO		\$252.00
TAZA DE HABILITACION DEL ESTABLECIMIENTO		\$30.00
RUC O RISE (registro único de contribuyentes)	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal • Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil • <input type="checkbox"/> Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención • <input type="checkbox"/> Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o 	0.00

	<p>Agente de Retención.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <input type="checkbox"/> Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez. f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil. • <input type="checkbox"/> Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas. • <input type="checkbox"/> Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE • <input type="checkbox"/> Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías. 	
Patente municipal	•	\$71.00
PERMISOS	•	\$30.00
NOTARIA	•	\$32.00
Permiso del cuerpo de bomberos	<ul style="list-style-type: none"> • <input type="checkbox"/> Formulario de solicitud de patente. El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos: • Fecha de presentación. • Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma. • <input type="checkbox"/> Numero de cedula. • <input type="checkbox"/> Papeleta de votación • <input type="checkbox"/> Numero de RUC o RISE • <input type="checkbox"/> Nacionalidad • <input type="checkbox"/> Dirección domiciliaria del propietario o representante legal • Actividad económica a la que se dedica • Razón social con que opere • Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes) 	\$30.00

	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación del establecimiento • Firma autorizada del declarante • Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica • Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal • Copia de RUC o RISE • Permiso del Cuerpo de Bomberos 	
Permiso del ministerio de salud	<ul style="list-style-type: none"> • Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente: • Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario. • Comprobante de pago de patente del año. • Permiso sanitario de funcionamiento. • Certificado(s) de salud. • Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad. • Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada. 	\$84.26
Total		\$247.26

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.4.4. Mitigar el impacto ambiental

Tabla 39-4: Mitigar el impacto ambiental.

Daños ocasionados por los procesos de producción y por las actividades preoperatorias	Impacto ambiental	Medidas a mitigar	Requerimiento	Costo
Agua	Contaminación mediante desechos eliminados del	Dar una charla a los empleados acerca de la contaminación que causan y		0.00

	establecimiento	controlar durante el desarrollo.		
	Contaminación por desechos de producción	Instalación de señal ética para evitar la contaminación.	Letreros con frases preventivas.	0.00
Suelo	Contaminación por desechos orgánicos..	Clasificación de los desechos por medio de tachos de colores y etiquetados.	Tacho verdes con etiqueta y funda verde.	\$5.00
	Contaminación por desechos inorgánicos.	Reciclaje de materiales inorgánicos	Tacho para plásticos. (amarillo)	\$5.00
			Tacho para papeles.(azul)	\$5.00
Tacho para vidrio.(verde)			\$5.00	
Aire	Contaminación del aire por medio de partículas que se esparcen en el aire.	Purificar al ambiente en lo que se pueda.	Colocación de un extractor de olores.	\$250.00
			TOTAL	\$290.00

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.4.4.1. Acciones remediales

Tabla 40-4: Matriz de mitigación del impacto ambiental.

DETALLE	RECICLAR	REDUCIR	REUTILIZAR
Bolsas plásticas	X	X	X
Papel y cartón	X		X
Recipiente de vidrio	X	X	X

Recipientes metálicos		X	
-----------------------	--	---	--

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

En el restaurante “LO NUESTRO” se mitigara el impacto ambiental mediante el reciclaje de bolsas plásticas, papel y cartón además se reutilizaran en otras cosas en el restaurante o también almacenados para ser vendidos y generar un ingreso extra para el establecimiento. Los recipientes de vidrio serán reciclados y reutilizados en otras actividades evitando que los mismos sean desechados en el suelo o agua contaminándolos ya que no son materiales orgánicos, de la misma manera los recipientes metálicos evitando la contaminación del medio ambiente logrando así marcar la diferencia. Y aportar con un granito de arena a mantener el mundo libre de contaminación.

4.5 Estudio Financiero

4.5.1. Análisis de la inversión.

Tabla 41-4: Análisis de la inversión.

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSION
1. INVERSIONES FIJAS			
MAQUINARIA Y EQUIPO		3,205.00	3,205.00
EQUIPO DE COMPUTO		500.00	500.00
MUEBLES Y ENSERES		1,280.00	1,280.00
MENAJE Y VAJILLA		261.95	261.95
IMPREVISTOS (1%)		52.47	52.47
2. ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		247.26	247.26
GASTOS DE INSTALACIÓN		119.20	119.20
GASTOS DE PUBLICIDAD		175.00	175.00
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		32.40	32.40
IMPREVISTOS (1%)		5.74	5.74
3. CAPITAL DE TRABAJO			
MATERIA PRIMA		7,821.71	7,821.71
MATERIALES INDIRECTOS		95.25	95.25
MANO DE OBRA DIRECTA		1,312.16	1,312.16
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		168.00	168.00

SERVICIOS BÁSICOS		232.50	232.50
GASTO ARRIENDO		525.00	525.00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		3,307.30	3,307.30
SUMINISTROS Y MATERIALES		188.40	188.40
CAJA - BANCOS	2,000.00		2,000.00
CONTINGENCIA (1%)		156.50	156.50
TOTAL DE INVERSION	2,000.00	19,685.84	21,685.84

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.1.1. Fuentes y usos

Tabla 02-4: Fuentes y Usos.

RUBROS	USOS DE FONDOS \$	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		PROVEEDORES \$
		REC.PROPIO \$	BANCO \$	
1. INVERSIONES FIJAS				
MAQUINARIA Y EQUIPO	3,205.00		3,205.00	
EQUIPO DE COMPUTO	500.00		500.00	
MUEBLES Y ENSERES	1,280.00		1,280.00	
MENAJE Y VAJILLA	261.95		261.95	
IMPREVISTOS (1%)	52.47		52.47	
2. ACIVOS DIFERIDOS				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	247.26		247.26	
GASTOS DE INSTALACIÓN	119.20		119.20	
GASTOS DE PUBLICIDAD	175.00		175.00	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	32.40		32.40	
IMPREVISTOS (1%)	5.74		5.74	
3. CAPITAL DE TRABAJO				
MATERIA PRIMA	7,821.71			7,821.71
MATERIALES INDIRECTOS	95.25		95.25	
MANO DE OBRA DIRECTA	1,312.16		1,312.16	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	168.00		168.00	
SERVICIOS BASICOS	232.50		232.50	

GASTO ARRIENDO	525.00		525.00	
SUELDOS				
ADMINISTRATIVOS(sueldos)	3,307.30		3,307.30	
SUMINISTROS Y MATERIALES	188.40		188.40	
CAJA - BANCOS	2,000.00	2,000.00		
CONTINGENCIA (1%)	156.50		156.50	
TOTAL	21,685.84	2,000.00	11,864.13	7,821.71

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.2 Presupuestos.

4.5.2.1. Presupuestos de costos de producción.

Tabla 03-4: Presupuestos de costos de producción.

RUBRO	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
1.COSTOS DE PRODUCCION					
MATERIA PRIMA	31,286.85	32,572.74	33,911.48	35,305.24	36,756.28
MANO DE OBRA DIRECTA	10,295.37	10,718.51	11,159.04	11,617.68	12,095.16
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	381.00	396.66	412.96	429.93	447.60
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	672.00	699.62	728.37	758.31	789.48
MANTENIMIENTO	206.00	214.47	223.28	232.46	242.01
SERVICIOS BÁSICOS	465.00	484.11	504.01	524.72	546.29
SUMINISTROS Y MATERIALES	188.40	196.14	204.20	212.60	221.34
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	32.40	33.73	35.12	36.56	38.06
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	248.07	226.02	205.62	187.10	170.24
DEPRESECIO DE MUEBLES Y ENSERES	23.04	20.99	19.10	17.38	15.81
CONTINGENCIA 1%		156.50	156.50	156.50	156.50
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	43,255.91	45,246.46	47,129.35	49,086.91	51,122.49

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.2.2. Presupuesto de gastos de administración

Tabla 04-4: Presupuestos de gastos de administración.

2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
GASTO ARRIENDO	1,575.00	1,639.73	1,707.13	1,777.29	1,850.33
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	247.26	257.42	257.42	268.00	279.02
SERVICIOS BÁSICOS	232.50	242.06	252.00	262.36	273.14
SUELDOS	8,074.80	8,406.67	8,752.19	9,111.90	9,486.40
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	23.04	20.99	19.10	17.38	15.81
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	111.67	92.22	67.96	53.40	40.45
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	586.79	481.15	375.51	269.87	164.23
IMPREVISTOS 1%	5.74	5.97	6.22	6.48	6.74
TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN	\$10,610.42	\$10,919.80	\$11,263.41	\$11,625.13	\$12,003.61

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.2.3. Presupuesto de gastos de ventas

Tabla 05-4: Presupuestos de gastos de venta.

3. GASTO DE VENTAS					
PUBLICIDAD	175.00	182.19	189.68	197.48	205.59
SUELDOS	5,154.41	5,366.26	5,586.81	5,816.43	6,055.49
DEPRESIACION MAQUINARIA Y EQUIPO.	40.38	-	1.00	500.00	335.00
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	92.16	83.97	76.39	69.51	63.25
SERVICIOS BÁSICOS	232.50	242.06	252.00	262.36	273.14
IMPREVISTOS 1%	52.47	54.63	56.87	59.21	61.64
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$5,746.93	\$5,761.17	\$6,008.98	\$6,265.97	\$6,532.62

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.2.4. Presupuesto de gastos financieros

Tabla 06-4: Presupuestos de gastos financieros.

4. GASTOS FINANCIEROS					
INTERES BANCARIO	1,423.70	949.13	474.57		-
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1,423.70	949.13	474.57		

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.3. Estado de Ganancias y Pérdidas**Tabla 07-4:** Estado de pérdidas y Ganancias.

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
<u>RUBROS</u>	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
VENTAS NETAS	76,501.59	79,645.80	86,910.10	90,482.11	94,200.92
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	43,255.91	45,246.46	47,129.35	49,086.91	51,122.49
(=) UTILIDAD BRUTA	33,245.68	34,399.34	39,780.76	41,395.20	43,078.43
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	10,610.42	10,919.80	11,263.41	11,625.13	12,003.61
(-) GASTO DE VENTAS	5,746.93	5,761.17	6,008.98	6,265.97	6,532.62
(=)UTILIDAD OPERATIVA	16,888.33	17,718.38	22,508.36	23,504.10	24,542.20
(-) GASTO FINANCIERO	1,423.70	949.13	474.57		-
(=) RESULTADO UTILIDAD Y/O PÉRDIDA	15,464.63	16,769.25	22,033.80	23,504.10	24,542.20
(=) REPARTO DE UTILIDADES					
(-) IMPUESTO RENTA					
(=) UTILIDAD NETA	15,464.63	16,769.25	22,033.80	23,504.10	24,542.20

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.4. Estado de Situación Financiera

Tabla 48-4: Estado de Situación Financiera.

BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0 \$	AÑO 1 \$	AÑO 2 \$	AÑO 3 \$	AÑO 4 \$	AÑO 5 \$
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	15806.82	29647.10	30084.42	26727.49	26893.06	26495.10
ACTIVO FIJO	5299.42	5299.42	5299.42	5299.42	5299.42	5299.42
(-)DEPRECIACION ACUMULADA		515.32	1030.63	1545.95	2061.27	2576.58
DIFERIDOS (Valor amortizacion anual)	586.79	469.43	352.07	234.72	117.36	0.00
TOTAL ACTIVOS	21693.03	34900.63	34705.28	30715.67	30248.57	29217.94
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE (Interes Bancario)		1423.70	949.13	474.57		
PASIVO LARGO/PLAZO (Credito Bancario)	11864.13	7909.42	3954.71			
TOTAL PASIVO	11864.13	9333.12	4903.84	474.57	0.00	0.00
PATRIMONIO						
Capital	9828.90	9828.90	9828.90	9828.90	9828.90	9828.90
Resultado del Ejercicio (Utilidad Neta)		16769.25	22033.80	23504.10	24542.20	24542.20
TOTAL PATRIMONIO	9828.90	26598.15	31862.70	33333.01	34371.11	34371.11
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	21693.03	35931.27	36766.54	33807.57	34371.11	34371.11
*AÑO 1 ACTIVO CORRIENTE = TOTAL PASIVO + TOTAL PATRIMONIO - AC.FIJO-DEPRECIACIONES - ACTIVOS DIFERIDOS						

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.5. Estado de Flujo del Efectivo**Tabla 49-4:** Flujo de efectivo.

	RUBROS	AÑOS					
		0 (\$)	1(\$)	2(\$)	3(\$)	4(\$)	5(\$)
(+)	Ventas		76,501.59	79,645.80	86,910.10	90,482.11	94,200.92
(-)	Costos Producción		43,255.91	45,246.46	47,129.35	49,086.91	51,122.49
(-)	Gasto Administrativo		10,610.42	10,919.80	11,263.41	11,625.13	12,003.61
(-)	Gasto Ventas		5,746.93	5,761.17	6,008.98	6,265.97	6,532.62
(-)	Gasto Financieros		1,423.70	949.13	474.57		
(.)	Amortización act. Diferido		117.36	117.36	117.36	117.36	117.36
(=)	Utilid. Antes de Rep.Ut. E Imp.		15,464.63	16,769.25	22,033.80	23,504.10	24,542.20
(=)	Utilidad Neta		15,464.63	16,769.25	22,033.80	23,504.10	24,542.20

(+)	Depreciaciones		515.32	515.32	515.32	515.32	515.32
(+)	Amort.Act.Nominal		117.36	117.36	117.36	117.36	117.36
(-)	Inversion Maq. Y Equip.	3,205.00					
(-)	Inv. Terreno y Obra Fisica						
(-)	Inversion Otros	2,041.95					
(-)	Inv. Act. Nominal	579.60					
(-)	Inv. Capital de Trabajo	15,806.82					
(-)	Vehiculo						
(-)	Imprevisto	52.47					
(+)	Recup. Capital Trabajo						
(+)	(-)Préstamo						
(-)	Amort. Prestamo		- 3,954.71	- 3,954.71	- 3,954.71		
	FLUJO DE CAJA	21,685.84	12,142.60	13,447.21	18,711.76	24,136.78	25,174.88

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.6. Evaluación Económica.

SOLVENCIA O ENDEUDAMIENTO.

La evaluación económica se realiza con el fin de conocer la viabilidad o no del emprendimiento.

A. PRUEBA ÁCIDA.

Tabla 50-4: Prueba ácida.

PRUEBA ACIDA	
ACTIVO CORRIENTE	15,806.82
INVENTARIOS	545.60
PASIVO CORRIENTE	4804.12
AC-INV/PAC	3.18

Fuente: Estudio Finaciero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: Para obtener la solvencia o endeudamiento se aplica la siguiente formula activo corriente- inventarios, dividido para pasivo corriente donde como resultado tenemos que por cada dólar tenemos \$3.18 para cubrir el endeudamiento.

4.5.7. Evaluación Financiera

- VALOR ACTUAL NETO.

Tabla 51-4: Valor actual neto.

TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)				
Nº	FNE \$	$(1 + i)^n$	FNE / $(1 + i)^n$	FLUJO NETO \$
INVERSION	- 21,685.84		- 21,685.84	- 21,685.84
1	12,142.60	1.12	10,841.60	- 10,844.24
2	13,447.21	1.25	10,720.03	- 124.20
3	18,711.76	1.40	13,318.66	13,194.46
4	24,136.78	1.57	15,339.36	28,533.82
5	25,174.88	1.76	14,284.90	42,818.72
TOTAL			42,818.72	
VAN			\$	42,818.72

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: El (VAN) Valor Actual Neto del emprendimiento \$ 42,818.72. Obtenido de la suma del flujo de caja del año uno hasta el año 5. Dando a conocer un resultado positivo.

- TAZA INTERNA DE RETORNO

Tabla 52-4: Tasa interna de retorno (TIR).

TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)	
TASA DE DESCUENTO	VAN \$
0%	71,927.39
8%	50,814.97
9%	48,682.36
10%	46,642.07
11%	44,689.08
12%	42,818.72
13%	41,026.60
14%	39,308.61
15%	37,660.90

TIR	65%
------------	------------

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: El (TIR) tasa interna de retorno es de un 65%, generado por los capitales presentes en el emprendimiento.

- TASA MÍNIMA DE RENDIMIENTO

Tabla 53-4: Tasa mínima de rendimiento.

(TMR) TASA MINIMA DE RETORNO		
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	VAN
		12%
INVERSION INICIAL	- 21,685.84	- 21,685.84
1	12,142.60	10,841.60
2	13,447.21	12,006.44
3	18,711.76	16,706.93
4	24,136.78	21,550.70
5	25,174.88	22,477.57
TOTAL	71,927.39	61,897.40

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: para el desarrollo del emprendimiento la tasa mínima de retorno es del 12%, que corresponde a \$ 61,897.40 siendo el promedio de la participación de la inversión.

- PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Tabla 54-4: Periodo de recuperación de la inversión.

Nº	FNE /	FLUJO NETO
INVERSION	- 21,685.84	- 21,685.84
1	10,841.60	- 10,844.24
2	10,720.03	- 124.20
3	13,318.66	13,194.46
4	15,339.36	28,533.82
5	14,284.90	42,818.72

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: Por medio de la siguiente tabla se puede dar a conocer que el emprendimiento tendrá una recuperación de la inversión a partir del segundo año, se tendrá una utilidad de \$ 13,194.46.

- RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Tabla 55-4: Relación beneficio costo.

RELACION BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	- 21,685.84		
1		76,501.59	43,255.91
2		79,645.80	45,246.46
3		86,910.10	47,129.35
4		90,482.11	49,086.91
5		94,200.92	51,122.49
		TOTAL INGRESO	251,162.05
		TOTAL COSTO	139,432.91
		(=) COSTO+INVERSION	117,747.07

RB/C	1.80
-------------	-------------

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

ANÁLISIS: para el cálculo de la relación beneficio costo se involucra los ingresos y egresos generados por el emprendimiento donde como resultado se determina que por cada \$ 1.80 habrá \$0.80 de utilidad.

- PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 56-4: Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	15,806.82
PRECIO	2.24
COSTO VARIABLE	0.76
PUNTO DE EQUILIBRIO	10,656.65
UTILIDAD	0

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

Tabla 57-4: Punto de equilibrio.

UNIDADES	VENTAS	COSTO	UTILIDADES
967	2,165.30	16,537.79	- 14,372.49
1,934	4,330.60	17,268.75	- 12,938.16
2,901	6,495.90	17,999.72	- 11,503.82
3,868	8,661.20	18,730.68	- 10,069.49
4,835	10,826.49	19,461.65	- 8,635.15
5,802	12,991.79	20,192.61	- 7,200.82
6,769	15,157.09	20,923.58	- 5,766.49
7,736	17,322.39	21,654.54	- 4,332.15
8,703	19,487.69	22,385.51	- 2,897.82
9,670	21,652.99	23,116.47	- 1,463.48
10,637	23,818.29	23,847.44	- 29.15
11,604	25,983.59	24,578.40	1,405.18
12,571	28,148.88	25,309.37	2,839.52
13,538	30,314.18	26,040.33	4,273.85
14,505	32,479.48	26,771.30	5,708.19

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

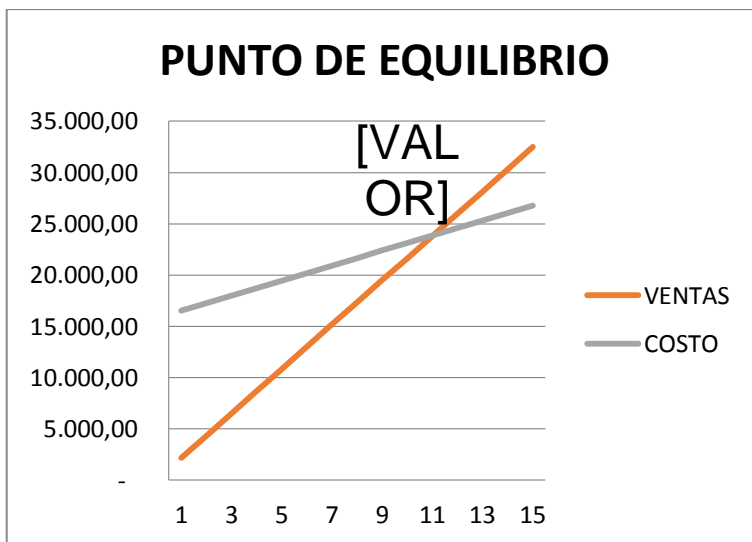


Gráfico 5-4: Punto de equilibrio.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

4.5.8. Evaluación Social

Tabla 58-4: Evaluación social.

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0.0024%

Fuente: Estudio Financiero.

Elaborado por: Genny Gavin, 2017.

CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha y el 100% de aceptación por parte de los habitantes del cantón Guamote lo cual nos da a entender que el proyecto es viable.
- Se ha realizado los diferentes estudios; estudio de mercado donde se obtuvo la demanda insatisfecha, técnico en el cual se determinó la capacidad de producción del emprendimiento así mismo la localización, en el administrativo se realizó el proceso de selección y contratación del personal idóneo para cada puesto de trabajo., estudio legal donde se da a conocer que el emprendimiento es artesanal ya que no sobrepasa los 87.500, ambiental donde se ha establecido las medidas a mitigar garantizando el menor impacto ambiental.), logrando así el desarrollo de la propuesta.
- El emprendimiento es económico y financieramente factible ya que los valores obtenidos son como valor actual neto (VAN) positivo de \$42,818.72, la tasa interna de rendimiento es del 65%, la relación beneficio costo es de \$1.81 y el periodo de recuperación de la inversión es a partir del segundo año lo cual nos indica que el emprendimiento es viable y tendrá utilidad.

RECOMENDACIONES

- Garantizar la calidad del producto y servicio manteniendo una constante innovación en cada una de las preparaciones que se ofertará en el restaurante, logrando así satisfacer las necesidades de los clientes.
- Aplicar cada una de las especificaciones dadas en los diferentes estudios en el desarrollo de la propuesta para así evitar desfases, logrando poner en marcha el emprendimiento para generar fuentes de empleo y contribuir al desarrollo del cantón, provincia y país.
- Llevar un control adecuado en la parte financiera y económica del emprendimiento para saber de una manera clara el desarrollo del mismo y la utilidad que va generando o no el restaurante.

BIBLIOGRAFÍA

- Briceño G. , E. (Lunes de Enero de 2008). *Estudios de impacto ambiental a empresas*. Obtenido de <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>
- Acosta, P. (18 de Diciembre de 2013). *Marketing para dos*. Obtenido de <https://marketingparados.wordpress.com/tag/demanda-insatisfecha/>
- Alexa. (7 de Julio de 2006). *Guamote*. Obtenido de <http://www.ec.viajandox.com/chimborazo/guamote-C85>
- Andrade, F. (6 de Agosto de 2009). *Definicion de Viabilidad*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Downloads/Definici%C3%B3n%20de%20Viabilidad.pdf>
- Aquino, R. (31 de Enero de 2008). *Teoría de la oferta y la demanda*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>
- Chuquimarca, L. A. (Diciembre de 2013). *Memoria Técnica del Cantón Guamote*. Obtenido de mt_guamote_socioeconomico.pdf
- Dávalos., M. I. (13 de Julio de 2015). *Mejorar nivel de aceptación de las preparaciones culinarias tradicionales de la sierra ecuatoriana*. Obtenido de https://issuu.com/academiaculinaria/docs/tesis_3
- Dávila, B. A. (2011). *Cómo elaborar proyectos de inversión*. Quito, Ecuador: Oseas Spin.
- Espinoza, R. (6 de Mayo de 2014). *Marketing Mix: las 4 ps*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Eugenia, S. C. (Julio de 2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una hostería*. Obtenido de [file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Downloads/02%20ICA%20194%20TESIS%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Downloads/02%20ICA%20194%20TESIS%20(5).pdf)
- Gad Municipal del Cantón Guamote, G. (2014-2019). *Guamote*. Obtenido de <http://municipiodeguamote.gob.ec/guamote/historia/125-origen-de-la-poblacion>
- Gallegos, J. F. (2010). *Manual práctico de Restaurante*. (Ediciones Paraninfo ed.). Madrid, España: Copyright.
- Gaspar, A. B. (21 de 11 de 2010). *Capítulo1: Origen y evolución de los restaurantes*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/origen-definicion-presentacion-restaurant>
- Izquierdo, S. (2011). *Turismo Hotelería y Restaurantes*. España: Lexus.
- Luna, J. (8 de Junio de 2013). *Unidad 6: Estudio administrativo y legal*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/sagjess/unidad-6-estudio-administrativo-y-legal-22680464>
- Mankiw, G. (2002). *"Principios de Economía"*.

- Marcatoma, G. (Sábado de Semptiembre de 2008). *Guamote Cultura y Tradición*. Obtenido de <http://gladymar22.blogspot.com/>
- Merino, J. P. (2014). *Definición de Restaurante*. Obtenido de <http://definicion.de/restaurante/>
- Ortiz, F. G., Ortiz, P. P., & Muela, M. G. (2010). *Operaciones básicas y servicio en Bar y Cafetería*. Madrid, España: Paraninfo.
- Padilla, M. C. (2012). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogota: ECOE.
- Palacios , E. (23 de 06 de 2012). *El estudio financiero del plan de negocios*. Obtenido de <https://crearunaempresaya.wordpress.com/2012/06/23/el-estudio-financiero-del-plan-de-negocios/>
- Pazos Barrera , J. (2010). *Cocinas Reginales Andinas*. (J. P. Barrera, Ed.) Quito, Ecuador : Corporacion Editora Nacional.
- Péres, J. Á., & Pozuelo, T. M. (2009). *Hostelería y turismo; Técnicas Culinarias* (1° Edición ed.). Madrid, España: Paraninfo.
- Razo, M. J. (2013). *Manual Practico de Restaurante*. Madrid: Paraninfo.
- Roteta , A. J. (2011). *La Restauración. Orígenes y evolución*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/1002/marco_teorico.html
- Roteta , A. J. (2011). *Los costos en la mesa de buffet*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/1002/marco_teorico.html
- Santillán, J. (Jueves de Febrero de 2015). *Gastronomia de Guamote*. Obtenido de <http://gastronomiadeguamote.blogspot.com/>
- Sutherland, D. (2010). *Servicio de Restaurantería*. La industria.
- Valere. (27 de Septiembre de 2010). *Factibilidad y Viabilidad*. Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Vera, R. R. (2009). *Costos aplicados a hoteles y restaurantes*. (Valleta ed.). Florida: Paraninfo.
- Yamanqui , A. (Miércoles de Junio de 2010). *¿Qué es un restaurant ?* Obtenido de <http://restaurantematico.blogspot.com/2010/07/que-es-un-restaurant-tematico.html>

ANEXOS

ANEXO A: Encuesta.



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMIA



Reciba un cordial saludo: el objetivo de esta investigación es obtener información sobre la aceptabilidad para la implementación de un restaurante temático en el cantón Guamote provincia de Chimborazo.

INSTRUCCIONES: marque con un X la respuesta que más le convenga.

Encuesta

- 1. Le gustaría a usted que se implemente un restaurante en la vía panamericana del Cantón Guamote.**

SI

NO

- 2. ¿Qué tipo de platillos le gustaría consumir en el restaurante?**

Entradas.

Habas con queso	
Choclo con chicharrón	
Mote pillo	
Mote sucio	
Humitas	

Sopas:

Locro de cuy	
Yaguarlocro	
Caldo de pata	
Terita y uno	
Caldo de gallina	

Platos fuertes:

Papas con cuy	
Conejo asado	
Cordero asado	
Hornado	
Pollo al horno	

Postre.

Manjar de leche	
Mermeladas	
Helado	
Tortas	
Chigüiles	

3. ¿cuál es el valor económico que usted estaría dispuesto a realizar por el consumo en el restaurante?

5 - 10 \$	
10-15 \$	
15-20 \$	
30 O MAS	

4. ¿Cuál es la forma de pago que usted prefiere?

EFFECTIVO	
TARJETA DE CRÉDITO	
OTROS	

5. ¿Con qué frecuencia visita un restaurante?

DIARIAMENTE	
SEMANALMENTE	
MENSUALMENTE	
EVENTUALMENTE	

6. Qué tipo de servicio preferiría usted:

Servicio de buffet (comida servida y dispuesta donde los comensales se sirven)	
Servicio a la carta (lista ordenada de platos con sus respectivos precios)	
Combos (combinación alimentos a precios bajos)	

7. En que horarios le gustaría a usted que se atiende en el restaurante.

De lunes a viernes (8am- 4pm)	
De lunes a sábado (8 am-12pm)	
De lunes a domingo (8am-10pm)	

8. Le gustaría a usted que el restaurante cuente con un servicio a domicilio.

SI

NO

9. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para informarse acerca de publicidad y promociones de establecimientos de Alimentos y Bebidas?

PRENSA ESCRITA	
INTERNET	
TELEVISIÓN	
RADIO	
AMISTADES	
OTROS	

10. Está usted satisfecho con el servicio de A&B de los restaurantes del Cantón Guamote.

SI

NO

11. Porqué regresaría usted a un restaurante:

Por la buena atención	
Calidad del producto y servicio	
Por el precio	
Otros	

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

ANEXO B: Receta estándar.

NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:		FANTASÍA ANDINA			FECHA DE ELABORACIÓN		# pax 1		
TIPO DE MENU	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			
CONSERVACION	Ambiente	Refrigeración	X	Congelacion		Otros			
Nº	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA		COSTO UNIT	COSTO TOTAL	
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
1	MOTE	50	g			HERVIDO		1,00 (lb) 0.09	
2	PAPAS	60	g	Tornear		HERVIDO		0,35 (lb) 0.04	
3	AGUACATE	40	g	Gajo			ENSALADA	0,75 (unid) 0.1	
4	POLLO	120	g	Filete		A LA PLANCHA		1,40 (lb) 0.37	
5	CEBOLLA	15	g	Juliana		CURTIR	ENSALADA	0,20 (unid) 0.05	
6	TOMATE	15	g	Cubos medianos		CURTIR	ENSALADA	0,20 (unid) 0.05	
7	LIMON	5	g	Zumo			ENSALADA	0,06 (unid) 0.05	
8	CEBOLLA BLANCA	10	g	Brunoise		SALTEAR	REFRITO	0,15 (unid) 0.03	
9	AJO	5	g	Batallar		SALTEAR	REFRITO	0,08 (unid) 0.08	
10	SAL	10	g					0,45 (500 g) 0.05	
11	PIMIENTA	5	g					0,55 (20 g) 0.03	
12	ACHOTE	3	cc					0,15 (5g) 0.03	
								Total 0.97	
								PVP SIN IVA 2.77	
MONTAJE									
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
 FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
 ESCUELA DE GASTRONOMÍA
 FICHA DE RECETA ESTANDAR





**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR**



NOMBRE DE LA RECETA		DELICIA CAMPESTRE		FECHA DE ELABORACIÓN			# Pax		
TIPO DE MENU	BOCADITO	ENTRADA	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeración		Congelación		Otros		
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN		
1	cuy	200	g	Limpia		HORNEAR			0.6
2	habas	60	g			HERVIDO		1 (lb)	0.08
3	papas	60	g	Majar		HERVIDO		0,35 (lb)	0.04
4	cebolla blanca	10	g	Brunoise		SALTEAR		0,15 (unid)	0.03
5	ajo	5	g	Batallar		SALTEAR		0,05(unid)	0.05
6	pepas de zambo	40	g	Tostar		DORAR		1,00 (100g)	0.04
7	zuchini rojo y verde	30	g	Slash		BLANQUEAR		0,50 (unid)	0.07
8	mostaza	5	cc					0,50 (unid)	0.05
9	perejil	5	g	Batallar		BLANQUEAR		0.1	0.05
10	zanahoria	10	g	Hilos		BLANQUEAR		0,15 (unid)	0.05
11	camote	15	g	Chips				0,20 (unid)	0.05
12	tomate cherry	10	g					1	0.08
13	sal	10	g					0,45 (500)	0.05
14	pimienta	5	g					0,25 (20)	0.03
15	mostaza	3	g					25 (10 g)	0.05
16	limón	3	cc	Zumo				0.05 (unid)	0.03
17	achiote	4	cc					0,15 (5g)	0.03
18	leche	100		Fresca				0,80 (lt)	0.08
								Total	1.46
								PVP SIN IVA	4.17
MONTAJE									
TRADICIONAL X				NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Nombre Receta:		INTI SWEET		FECHA DE ELABORACIÓN			#pax 1		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO		PLATO FUERTE	POSTRE X	MENÚ COMPLETO		OTROS (especificar)	
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación			OTROS	
N°	PRODUCTO	CANT	UNID	MISEEN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCION	APLICACIÓN		
1	Harina de quinua	50	g	Tamizar		HORNEAR		2	0.10
2	Zanahoria amarilla	30	g	Rallar, licuar.				0.15	0.07
3	Azúcar	20	g					0,60 (lb)	0.07
4	Limón	5	cc	Zumo				0.05	0.05
5	Canela	3	g					0.05	0.03
6	Esencia de vainilla	3	cc					1.80 (80 cc)	0.03
7	Harina de trigo	50	g					0,60 (lb)	0.06
8	Huevos	2	g	Separar				0,15 (unid)	0.10
9	Nueces	10	g	Trocear				4 (lb)	0.10
								Total	0.61
								PVP SIN IVA	1.7
MONTAJE									
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Nombre Receta:		TRILOGÍA			FECHA DE ELABORACIÓN			#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA X	BOCADITO	PLATO FUERTE		POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeración		Congelación			OTROS		
N°	PRODUCTO	CANT	UNID	MISEEN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	TOSTADO	20	g	LIBRE DE IMPUREZAS		TOSTAR		454	1.8	0.08
2	MOTE	30	g	LIMPIO		HERVIDO		454	2	0.13
3	PAPAS	20	g	LAVAR, PELAR, CORTAR		HERVIDO		454	0.3	0.01
4	CARNE DE CERDO	20	g	CORTAR, LAVAR.		FRITURA		454	2.5	0.11
5	CULANDRO	3	g	CHIFONADE					0.05	0.05
6	SAL	10	g					1000	0.7	0.01
7	PIMIENTA	5	g					50	0.45	0.05
8	CREMA DE LECHE	10	cc	MONTAR				500	2.5	0.05
9	QUESO CREMA	25	g	MONTAR				500	3	0.10
									TOTAL	0.59
									PVP SIN IVA	1.68
MONTAJE										
TRADICIONAL					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Nombre Receta:		SECO DE CHIVO			FECHA DE ELABORACIÓN			#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE X	POSTRE			MENÚ COMPLETO		OTROS (especificar)	
CONSERVACION	Ambiente		Refrigeración	X			Congelación		Otros	
N°	PRODUCTO	CANT	UNID	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CHIVO	80	g	CORTAR, LAVAR.		SELLADO HERVIDO		454	3	0.50
2	PAPAS	25	g	PELAR, PICAR.		HERVIDO		454	0.3	0.02
3	ARROZ	80	g	LIMPIO		HERVIDO		454	0.65	0.10
4	TOMATE	10	g	CORTAR, LAVAR.		SALTEAR		454	1	0.02
5	CEBOLLA	10	g	BRUNOISE FINO		SALTEAR		100	0.25	0.04
6	PIMIENTO	5	g	BRUNOISE FINO		SALTEAR		50	0.1	0.01
7	AJO	3	g	BRUNOISE FINO		SALTEAR		454	1	0.01
8	SAL	5	cc					1000	0.7	0.00
9	PIMIENTA	5	g					50	0.25	0.03
10	ROMERO	2	g					5	0.05	0.02
11	CILANDRO	3	g	CHIFONADE				5	0.05	0.03
									TOTAL	0.77
									PVP SIN IVA	2.21
MONTAJE										
TRADICIONAL					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		YAGUARLOCRO				FECHA DE ELABORACIÓN			#Pax	
TIPO DE MENU	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE			POSTRES	MENÚ COMPETO	OTROS (especificar) SOPA		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración			Congelación		Otros		
N°	PRODUCTO	CANT	g	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	PANZA DE BORREGO	80	g	LIMPIAR		HERVIDO		1000	12	0.60
2	PAPAS	20	g	CORTAR, LAVAR.		HERVIDO		454	2	0.09
3	CEBOLLA BLANCA	3	g	LAVAR, PELAR, CORTAR		SALTEAR		454	0.3	0.00
4	CEBOLLA COLORADA	10	g	BRUNOISE FINO		SALTEAR		454	2.5	0.06
5	AJO	3	g	BRUNOISE FINO		SALTEAR		454	0.05	0.00
6	HIERBA BUENA	2	g	CHIFONADE		AROMATIZAR		100	0.5	0.01
7	LECHE	10	g					500	0.35	0.01
8	AGUACATE	10	g	GAJO				100	0.3	0.03
9	SANGRE	10	g	FREIR				500	2	0.04
10	LIMON	3	CC	ZUMO				454	1	0.01
11	SAL	10	g					1000	0.7	0.01
12	PIMIENTA	3	g					50	0.25	0.02
13	ACETE	15	cc					1000	2.25	0.03
14	CREMA DE LECHE	10	cc					500	2.5	0.05
15	CULANDRO	3	g	CHIFONADE				5	0.05	0.03
16	CREMA DE LECHE	10	cc					500	2.5	0.05
17	ORÉGANO	5	g					500	3	0.03
									TOTAL	1.05
									PVP SIN IVA	3.01
MONTAJE										
TRADICIONAL						NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		LLAPINGACHOS				FECHA DE ELABORACIÓN		# Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO		PLATO FUERTE X		POSTRE	OTROS (especificar)			
CONSERVACIÓN	Ambiente	Refrigeración		Congelación				Otros		
N°		CANT	UNID	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	PAPAS	50	g	TRUTURAR		HERVIDO	Fritura	454	0.3	0.03
2	QUESO	10	g	DESMENUZAR				500	4.1	0.08
3	ACHIOTE	5	g					150	1	0.03
4	MANTEQUILLA	5	g					454	1.8	0.02
5	CREMA DE LECHE	10	g					500	2.5	0.05
6	CHORIZO	50	g	CORTAR EN 2 PARTES				1000	1.8	0.09
7	LECHUGA	10	g	CHIFONADE				15	0.1	0.07
8	TOMATE	10	g	GAJOS				50	0.15	0.03
9	CEBOLLA	10	g	JULIANA				50	0.15	0.03
10	LIMON	5	cc	ZUMO				200	1	0.03
11	CILANDRO	5	g	CHIFONADE				5	0.05	0.05
12	MANÍ	20	g			TOSTAR		454	1.5	0.07
13	LECHE	15	cc			HERVIDO		500	0.35	0.01
14	CEBOLLABLANCA	5	g	BRUNOISE FINO		SALTEAR		100	0.25	0.01
									TOTAL	0.60
									PVP SIN IVA	1.71
MONTAJE										
TRADICIONAL X						NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		CUAJADA ANDINA					FECHA DE ELABORACION		#Pax	
TIPO DE MENÚ		ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE			POSTRE X		OTROS (especificar)	
CONSERVACIÓN		Ambiente		Refrigeración			Congelación	Otros		
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA					
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN	G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
1	Crema de leche	50	g	Montar				500	2.5	0.25
2	Canela en polvo	3	g					80	0.5	0.02
3	Azúcar impalpable	20	g					454	1.5	0.07
4	leche	100	g					1000	0.7	0.07
5	cuajo	3	g					10	0.4	0.12
									COSTO TOTAL	0.52
									PVP SIN IVA	1.50
MONTAJE										
TRADICIONAL X						NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA:		BEBIDA ESPECIAL					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax		
TIPO DE MENÚ		ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	BEBIDA		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración		Congelación		Otros			
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	LECHE	120	CC					1000	0.7	0.08
2	CANELA	5	gr					80	0.5	0.03
3	AZUCAR MORENA	20	gr					500	1.5	0.06
4	ESENCIA DE VAINILLA	3	CC					100	1.8	0.05
5	CHOCOLATE	40	gr					250	1	0.16
									COSTO TOTAL	0.39
									PVP	1.11
MONTAJE										
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR**



NOMBRE RECETA:		TENTACIÓN					FECHA DE ELABORACIÓN		#Pax	
TIPO DE MENÚ		ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE			POSTRE X	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X			Congelación		Otros	
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	Bizcochuelo	80	gr					500	2	0.32
2	Duraznos	20	gr					500	4	0.16
3	Crema chantilly	30	gr					500	1.25	0.08
4	Dulce de leche	20	gr					500	2	0.08
5	Nuces	10	gr					100	1.6	0.16
6	Frutilla	10	gr					50	0.25	0.05
									COSTO TOTAL	0.85
									PVP	2.41
MONTAJE										
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Nombre Receta:		TORTILAS DE MAIZ				FECHA DE ELABORACIÓN			#Pax	
TIPO DE MENÚ		ENTRADA X	BOCADITO		PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración X			Congelación		Otros		
N°	PRODUCTO	CANT	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	HRINA DE MAIZ	30	g			A LA PLANCHA		454	0.9	0.06
2	HARINA DE TRIGO	30	g					454	0.7	0.05
3	MANTECA DE CERDO	10	g					454	2.5	0.06
4	MANTEQUILLA	5	g					454	1.8	0.02
5	ACEITE	5	cc					1000	2.25	0.01
6	ACHIOTE	5	cc					200	1	0.03
7	SAL	5	g					500	0.4	0.00
8	PIMIENTA	3	cc					50	0.25	0.02
9	QUESO	5	g					500	1.8	0.02
10	AZUCAR	3	g					454	0.6	0.00
11	CEBOLLA BLANCA	10	g					50	0.25	0.05
									TOTAL	0.31
									PVP	0.88
TRADICIONAL X					MONTAJE					
					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE RECETA:		EMPANADAS DE CARNE						FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax 1	
TIPO DE MENÚ	ENTRADA X	BOCADITO		POSTRE	MENÚ COMPLETO		OTROS (especificar)			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración X		Congelación		Otros			
Nº	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	carne de de res	50	gr	Dados pequeños		Fritura Profunda		454.00	1.5	0.10
2	papa chola	10	gr	Dados pequeños				454.00	0.5	0.01
3	cebolla de verdeo	5	gr	Brunoise				210	0.5	0.01
4	Huevo	1	und	Brunoise				60	0.15	0.00
5	pimiento morrón	3	gr	Brunoise				100	0.25	0.01
6	papikra	3	c/n					100	0.5	0.02
7	ají en polvo	2	c/n					100	0.5	0.01
8	comino	2	c/n					50	0.25	0.01
9	tomillo	1	c/n					50	0.25	0.01
10	laurel	1	c/n					25	0.25	0.01
11	Aceite	15	c/n					1000	2	0.03
12	sal	3	c/n					500	0.35	0.00
13	Masa									
14	harina	60	gr					454	0.5	0.07
15	manteca de cerdo	10	gr					200	0.75	0.04
16	pimienta	3	c/n					5	0.25	0.05
17	agua		c/n					c/n		
COSTO TOTAL										0.37
PVP										1.05
MONTAJE										
TRADICIONAL X						NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		HUMITAS					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax 1		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA X	BOCADITO	PLATO FUERTE		POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X		Congelación	Otros			
N°	PRODUCTO	CANT	UNIDAD	MISEPLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CHOCLO TIERNO	100	g	MOLER		HERVIDO		454	1	0.22
2	HUEVO	20	g					60	0.25	0.08
3	MANTECA DE CERDO	10	g					454	2	0.04
4	SAL	5	g					500	0.35	0.00
5	PIMIENTA	3	g					50	0.25	0.02
6	ACHIOTE	10	g					200	1	0.05
7	CEBOLLA BLANCA	5	g	BRUNOISE FINO				100	0.2	0.01
8	QUESO	10	g					500	2	0.04
9	HOJAS DE CHOCLO	1	g							
10	MANTEQUILLA	5	g					454	1.8	0.02
									Total	0.49
									PVP SIN IVA	1.39
MONTAJE										
TRADICIONAL X						NO TRADICIONAL				



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR**



Nombre Receta:			CHIWILES					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax	
TIPO DE MENÚ		ENTRADA	BOCADITO		PLATO FUERTE	POSTRES	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)		
CONSERVACIÓN		Ambiente			Refrigeración		Congelación	Otros		
TÉCNICA CULINARIA										
N°	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE				COST G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCION	APLICACIÓN			
1	HARINA DE MAIZ	50	g	TAMIZAR		HERVIDO		500	1.8	0.18
2	ACHIOTE	3	cc					200	1	0.02
3	CEBOLLA BLANCA	10	g	BRUNOISE FINO				100	0.2	0.02
4	MANTECA DE CERDO	5	g					454	2	0.02
5	FONDO DE AVE	10	cc					1000	4	0.04
6	AJO	2	g					454	2	0.01
7	SAL	3	cc					500	0.35	0.00
8	PIMIENTA	3	g					50	0.25	0.02
9	COMINO	1	g					100	1	0.01
10	HOJAS DE MAIZ	1	g	LAVAR						
11	QUESO	10		DESMENUZAR				500	2	0.04
									Total	0.35
									PVP SIN IVA	1.01
MONTAJE										
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		CALDO DE GALLINA					FECHA DE ELABORACIÓN	# Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTRO (especificar)	SOPA			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otro				
N°	PRODUCTO	CANT	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			COST G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	GALLINA	100	g					454	2.5	0.55
2	PAPAS	30	g					454	0.3	0.02
3	CEBOLLA BLANCA	5	g	BRUNOISE FINO				100	0.2	0.01
4	APIO	3	g					20	0.15	0.02
5	ZANAHORIA	5	g					100	0.15	0.01
6	ARROCILLO	10	g					454	0.4	0.01
7	SAL	3	g					500	0.35	0.00
8	PIMENTA	3	g					50	0.25	0.02
9	AJO	5	g					454	2	0.02
10	CULANDRO	3	g					20	0.25	0.04
									Total	0.70
									PVP	1.99
MONTAJE										
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		FRITADA					FECHA DE	#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)				
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación		Otros			
N°	PRODUCTO	CANT	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			COST G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CARNE DE CERDO	100	g	TROCEAR		FRITURA PROFUNDA		454	2.5	0.55
2	AJO	5	g	MACHUCAR				454	2	0.02
3	CEBOLLA	10	g	BATALLAR				454	1	0.02
4	SAL	10	g					500	0.35	0.01
5	PIMIENTA	5	g					50	0.25	0.03
6	ACEITE	3	g					1000	2.25	0.01
7	LIMON	5	g	ZUMO				40	0.25	0.03
8	CLANDRO	3	cc	CHIFONADE				5	0.05	0.03
9	LECHUGA	10	g	TROCEAR				400	0.5	0.01
10	MOTE	50	g	COCINADO				454	1	0.11
11	TOSTADO	30	cc	TOSTADO				454	1.2	0.08
12	MADURO	40	g	FREIR				200	0.25	0.05
13	TOMATE	1	g	GAJOS				50	0.25	0.01
			g							
								Total		0.95
								PVP SIN IVA		2.72
MONTAJE										
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Nombre Receta:		CHICHA					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	BEBIDA			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X		Congelación	Otros			
N°	PRODUCTO	CANT	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	AVENA	25	g					454	0.5	0.03
2	PANELA	30	g					1000	1.3	0.04
3	NARANJILLA	20	g	ZUMO				454	1	0.04
4	PIÑA	15	g	DADOS MEDIANOS				500	2	0.06
5	CANELA	5	cc					50	0.5	0.05
6	CLAVO DE OLOR	5	cc					50	0.5	0.05
7	CANELA	5	g					50	0.5	0.05
8	PIMIENTA DULCE	5	cc					50	0.25	0.03
9	AZÚCAR	10	g					454	0.5	0.01
									TOTAL	0.36
									PVP SIN IVA	1.02
					TÉCNICA CULINARIA					
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		HORNADO						FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax	
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE		MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración			Congelación		Otros		
Nº	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	PIERNA DE CERDO	120	g	LIMPIAR		AL HORNO		454	2.5	0.66
2	CHICHA	15	g					1000	1	0.02
3	CERVEZA	10	g					1000	2	0.02
4	AJO	5	g	BRUNOISE FINO				454	2.5	0.03
5	SAL	5	g					500	0.4	0.00
6	COMINO	3	g					50	0.25	0.02
7	PIMIENTA	3	g					50	0.25	0.02
8	MOTE	50	g					454	1.5	0.17
9	PAPAS	30	g	PELAR, LAVAR				454	0.3	0.02
10	LECHUGA	10	g	TROCEAR				500	0.55	0.01
11	AJI	3	g	AROS				10	0.1	0.03
12	TOMATE	10	g	GAJOS				454	1	0.02
13	CEBOLLA	10	g	AROS				454	1	0.02
14	LIMON	5	g	ZUMO				50	0.5	0.05
15	ACETE	5	cc					1000	2.5	0.01
16	CEBOLLA BLANCA	5	g	BRUNOISE FINO				200	0.25	0.01
17	PEREJIL	5	g	CHIFONADE				1	0.00292	0.01
18	CILANDRO	5	g	CHIFONADE				1	0.0025	0.01
19	MANI	20	g	TOSTAR				1	0.00297	0.06
20	LECHE	20	cc					1000	0.7	0.01
21	ACHIOTE	5	cc					250	1.5	0.03
									TOTAL	1.12
									PVP SIN IVA	3.21
MONTAJE										
TRADICIONAL X						NO TRADICIONAL				



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA RECETA		ARROZ DE CEBADA CON CARNE DE CERDO					FECHA DE ELABORACIÓN	# Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	SOPA			
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X	Congelación	Otros				
Nº	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	MISE EN PLACE	TÉCNICA CULINARIA			G	COSTO UNIT	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	ARROZ DE CEBADA	25	g			HERVIDO		1	0.00	0.03
2	CARNE DE CERDO	60	g	DADOS PEQUEÑOS				454	2.50	0.33
3	PAPAS	30	g	DADOS MEDIANOS				454	0.30	0.02
4	SAL	3	g					1	0.00	0.00
5	PIMIENTA	2	g					50	0.25	0.01
6	CILANDRO	2	g	CHIFONADE				1	0.00	0.01
7	CEBOLLA BLANCA	3	g	BRUNOISE FINO				1	0.00	0.00
8	CEBOLLA PAITEÑA	3	g	BRUNOISE FINO				454	0.00	0.00
9	CREMA DE LECHE	7	g					500	0.01	0.00
10	PIMIENTO VERDE	5	g	BRUNOISE FINO				50	0.10	0.01
11	ACEITE	3	cc					1	0.01	0.03
									TOTAL	0.44
									PVP SIN IVA	1.25
MONTAJE										
TRADICIONAL X					NO TRADICIONAL					

ANEXO C: Manual de funciones.

2017

MANUAL DE FUNCIONES



GENNY GAVIN

MANUAL DE FUNCIONES

RESTAURANTE

“LO NUESTRO”

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
RESUMEN	4
OBJETIVO DEL MANUAL	5
I. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	6
MISIÓN	6
VISIÓN	6
POLÍTICAS Y ESTRATEGÍAS.....	7
VALORES Y PRINCIPIOS.....	7
4.4.1.1. Organigrama Estructural	8
4.4.1.2. Organigrama Funcional	9
II. APLICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM)	10
1. AREA DE PRODUCCIÓN	10
2. AREA DE VENTAS	13
3. PROVEEDORES	15
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS PARA CADA AREA DE LA EMPRESA	16
PERFIL DE LOS TRABAJADORES	17
AREA ADMINISTRATIVA	17
AREA DE PRODUCCION	19
AREA DE VENTAS	20
ANEXOS	22

INTRODUCCIÓN

El presente manual está elaborado con el fin de dar a conocer las funciones de los departamentos que conforman la empresa como son el departamento de administración, producción y ventas, con su respectivo cargo y desempeño, el mismo nos sirve de instrumento para controlar el cumplimiento de las funciones, obligaciones y responsabilidades en las diferentes áreas de trabajo en las que se desempeña el personal.

Por medio del presente manual también se pretende tener el control en cuanto las acciones que ejecuta el personal en cada área, permitiendo discernir a aquellas personas que no cumplen sus funciones de una manera eficaz y eficiente dentro de la organización, logrando así mantener un RH competente capaz de cumplir con las funciones sin necesidad de supervisión del empleador.

Por lo tanto podemos afirmar que el manual de funciones determina las funciones específicas y los requisitos mínimos de los cargos de acuerdo al organigrama estructural de cada dependencia, facilitando así, los procesos de reclutamiento, selección e inducción del personal, así como los procesos de orientación y capacitación del personal, de esta manera se permitirá hacerles conocer con claridad sus desempeños y funciones para el puesto en el que han sido asignados.

RESUMEN

Desde siempre las organizaciones buscan mejorar los índices de eficiencia, eficiencia y productividad en cuanto a las labores respectivas a cada rango, evitando la deficiencia en el cumplimiento de las funciones y creando así un mejor clima organizacional.

Para toda organización el manual de funciones es una herramienta que facilita que los procesos que se llevan a cabo dentro de las organizaciones puedan alcanzar el nivel más alto en cuanto a su eficiencia y calidad, permitiendo así ofrecer productos y servicios que cubran las necesidades de los consumidores, originando así un incremento en los beneficios de cualquier organización.

Por ello se pretende mitigar, la manera que se llevan a cabo los procesos en cada una de las áreas como son; administración, producción y ventas, en base a este medio establecer una medida de control mediante la ejecución de un manual de funciones, que permita que estas actividades se realicen de manera eficaz y efectiva.

Por medio de la presente se pretende orientar y facilitar información a todos los niveles de la organización, logrando así mejorar su eficiencia en el área de trabajo, de igual manera aporta diferentes ventajas como lo son el ayudar en el entrenamiento del personal nuevo, facilitar las labores de auditoría, guía a futuros empleados, etc.; su implementación será inmediata y va a permitir a la empresa medir los resultados a corto plazo.

OBJETIVO DEL MANUAL

Elaborar el manual de funciones con el fin dar a conocer el objetivo, la misión, visión, políticas, estrategias de la empresa así también el perfil profesional, competencias, funciones específicas del recurso humano en cada área de la empresa. Y los parámetros que deben tomar en cuenta para brindar un producto y servicio de calidad.

I. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

MISIÓN

“LO NUESTRO “ RESTAURANT, es un emprendimiento dedicado de potenciar y dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Guamote, brindando a los clientes nacionales y extranjeros un servicio de calidad nuevo y atractivo contando con mano de obra calificada, recursos tecnológicos de punta y aplicando las buenas prácticas de mano factura en cada proceso de producción.

Logrando así satisfacer las necesidades de alimentación, recreación y confort, en un lugar acogedor donde se sienta relajado y salga de la rutina.

VISIÓN

Ser una empresa líder en el área de restauración brindando al cliente un servicio que rompa esquemas y paradigmas, con materia prima de calidad, mano de obra calificada, recursos tecnológicos de punta y aplicando las buenas prácticas de mano factura en cada uno de los procesos de producción, logrando así satisfacer las necesidades de los comensales.

No obstante generar fuentes de empleo para el desarrollo socio económico del cantón, provincia y país.

POLÍTICAS Y ESTRATÉGIAS

Durante la jornada laboral el empleador y trabajador deberá regirse a las políticas y estrategias que han sido implantadas dentro de la organización.

POLÍTICAS	ESTRATEGIAS
<p>a) Garantizar la máxima calidad en la elaboración de nuestros productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicar materia prima de calidad, equipos y materiales óptimos para la elaboración de los productos. ● Realizar controles en las distintas áreas de producción. ● Realizar la estandarización de los procesos de producción, atención al cliente, y recepción de materia prima. ● Portar con el uniforme adecuado en las distintas áreas de la empresa.
<p>b) Brindar un servicio de excelencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicar las buenas prácticas de mano factura en cada uno los procesos; como son las normas HACCCP, para garantizar la inocuidad del producto. ● Capacitar y actualizar a los colaboradores de la organización para garantizar la calidad en el trabajo. ● Tratar al cliente de un manera adecuada y con respeto para lograr la fidelidad del mismo.
<p>c) Generar un buen ambiente de trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Brindar capacitación constante al RH de la empresa en cuanto al servicio y atención al cliente. ● cumplir con lo que disponga la ley en cuanto a pagos, vacaciones, días libres, etc. ● Cumplir con los procesos estandarizados en cada área de producción y servicio al cliente.

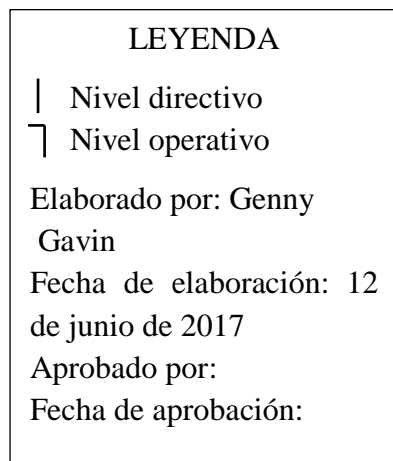
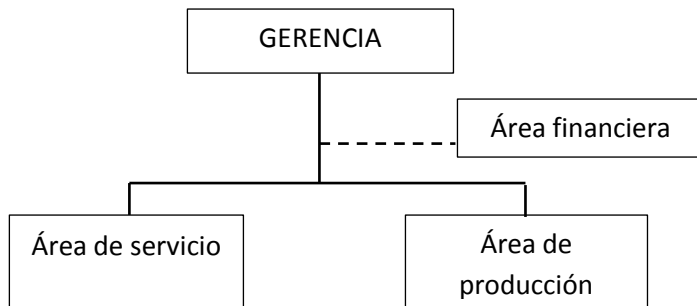
VALORES Y PRINCIPIOS

- | | |
|-----------------------|---------------|
| c) De trabajo | - Respeto |
| - Compromiso | - Puntualidad |
| - Responsabilidad | - Honradez |
| - Excelencia | - Disciplina |
| - Trabajo en equipo | - Innovación |
| d) Axiológicos | - Amabilidad |

4.4.1.1. Organigrama Estructural

Restaurante “LO NUESTRO”

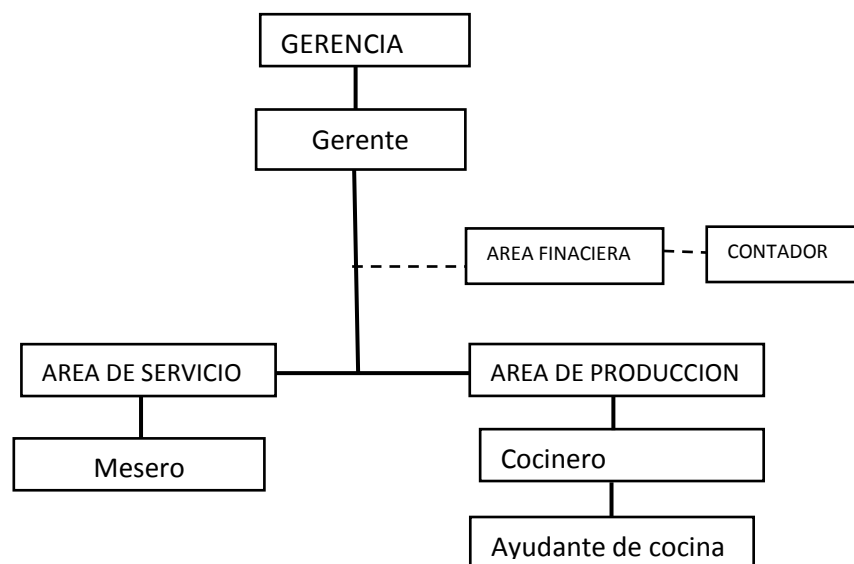
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



4.4.1.2. Organigrama Funcional

Restaurante “LO NUESTRO”

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA



LEYENDA

- | Nivel directivo
- └ Nivel operativo

Elaborado por: Genny
Gavin

Fecha de elaboración: 12
de junio de 2017

Aprobado por:
Fecha de aprobación:

II. APLICACIÓN DE LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA (BPM)

1. AREA DE PRODUCCIÓN

Mantenimiento:

- Conservar en buen estado de mantenimiento la maquinaria de cocina para no desperdiciar energía por mal funcionamiento.
- Limpiar frecuentemente hornos, fuegos y placas para evitar que las grasas impidan la transmisión del calor.
- Mantener limpias las juntas de las puertas de los frigoríficos de forma que cierren herméticamente. Hábitos de trabajo:
- Supervisar que los equipos de frío mantengan la temperatura requerida para cada producto para optimizar el consumo energético.
- Controlar la apertura y cierre de las cámaras frigoríficas, intentando minimizar el número de veces que se accede a la misma, y sobre todo asegurándose que no se queda abierta innecesariamente.
- Asegurarse de que no permanezcan encendidos los pilotos de los fogones si no se va a cocinar.
- Emplear recipientes adecuados al tamaño del fogón para no perder innecesariamente energía.
- Tapar recipientes y cazuelas para evitar la pérdida de calor y un consumo excesivo de energía.

- No mantener el fuego al máximo cuando los alimentos han comenzado a hervir, con una energía constante y moderada será suficiente para mantener este estado.
- Anteponer el uso de la convección forzada, aumenta la eficiencia energética de la transmisión de calor en comparación con los hornos estáticos convencionales, reduciendo así el consumo energético y permitiendo un horneado más rápido y uniforme.
- No utilizar hornos grandes para asar alimentos de tamaño reducido, supone un gasto energético innecesario.
- Mantener bien cerradas las puertas de los hornos y reducir los tiempos de precalentamiento de éstos para ahorrar energía.
- Evitar introducir productos aún calientes en los frigoríficos, puesto que impiden el enfriamiento óptimo y aumentan el consumo de energía.
- **Manipulación de alimentos**

Durante la manipulación de los alimentos, debemos tener muy en cuenta la importancia que tiene este parámetro dentro de la producción de los mismos, pues es aquí donde con el cumplimiento o no de las siguientes normas, mantendremos la calidad del producto, evitando problemas que se puedan llegar a generar con el consumo de estos, como son infecciones, dolores estomacales, vómito, diarrea entre otros muchos que son causados por la falta de aseo durante el manejo de los distintos alimentos durante su preparación.

Para evitar estos problemas para nuestros clientes y todo aquel que consuma los productos, deberemos conocer y aplicar cada una de las recomendaciones que mencionamos a continuación:

- Evitar los distintos tipos de contaminación en alimentos, los cuales presentamos a continuación:

Contaminación en alimentos: Estas pueden ser química, biológica o física, y son todas aquellas que por la presencia de sustancias o agentes ajenos a su composición natural afectan la calidad del producto.

- **Química:** Generalmente se da en el lugar de producción de la materia prima a causa de sustancias químicas, en el caso de vegetales y frutas por pesticidas, plaguicidas, entre otros; y en las carnes a causa de animales

enfermos, o que no han tenido un correcto cuidado en cuanto a vacunas. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

También se puede dar en los procesos siguientes a la producción, como el transporte, almacenamiento o manipulación. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

- **Biológica:** Se da por la presencia de virus y bacterias que se reproducen rápidamente y afecta a quien consume el producto contaminado, o su vez debido a las sustancias que estos microorganismos producen. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

Este tipo de contaminación se da cuando el alimento tiene contacto con personas, alimentos, superficies o animales que hayan estado en contacto con estos microorganismos. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

- **Física:** Este tipo de contaminación se genera debido a que el producto se vio afectado por trozos o pedazos de madera, vidrio, metal, plástico, etc., debido a su mala manipulación y que en el caso del metal o el vidrio pueden llegar a producir heridas internas al consumirlos. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

Tipos de contaminación: Estos se distinguen de acuerdo al medio por el cual el producto se vio contaminado y puede ser:

- **Primaria:** Se da en el lugar de producción por un inadecuado proceso de obtención.
- **Directa:** Es la más común, y se transmite mediante la persona que manipula el alimento a través del sudor, lagrimas, saliva, heridas infectadas; sustancias químicas o animales contaminados.
- **Cruzada:** Es el resultado de que un alimento contaminado transfiera un agente patógeno a uno que no lo está, o a su vez a superficies o utensilios que tienen contacto con este.

(Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

- Mantener la cadena de frío en el caso de carnes, pescados y mariscos crudos.
- Lavar y desinfectar todas las frutas y verduras retiradas de bodega.
- Lavarse y desinfectarse las manos constantemente luego de cada actividad o por lo menos una vez cada hora.

- Mantener limpio a toda hora su área de trabajo.
- Utilizar las tablas de cocina de acuerdo al color para el que están hechos. (**Roja:** carnes crudas y embutidos, **azul:** pescados y mariscos, **amarilla:** aves crudas, **verde:** frutas y verduras, **blanca:** productos lácteos, **café:** carnes cocidas.), y debajo de ellas la malla antideslizante.
- Lavar las tablas de picar y cuchillos, luego de cada utilización.
- Utilizar guantes, pinzas, brochas, cucharas, cucharones, etc. para el montaje de platos, evitando al máximo el contacto directo con las manos o alguna superficie contaminada.
- Sacar la materia prima del frío o congelador únicamente en cantidades que se vayan a utilizar.
- Durante la manipulación de todos los alimentos, deberemos tener en cuenta la zona de peligro que va de 5°C 60°C, por lo que deberemos evitar mantenerlos a esta temperatura por lapsos mayores a una hora. (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2015)

2. AREA DE VENTAS

Hábitos de trabajo:

- Aprovechar la luz natural, cuando sea posible.
- Sectorizar el restaurante, cuando la ocupación sea baja.
- Apagar las luces cuando el comedor permanezca cerrado.
- Encender la Climatización antes de la apertura, y apagarla antes de cerrar para aprovechar la inercia térmica del comedor.
- Regular correctamente los termostatos de bufetes fríos y calientes.
- Vigilar que las neveras de bebidas y helados no se queden abiertas por descuido.
- Desconectar los equipos que no se usen.
- Usar los lavaplatos a carga completa.

Normas de higiene

- Mantener los limpiones, bandejas, mesas, manteles, pisos, paredes y estantes limpios a toda hora.
- Lavarse y desinfectarse las manos constantemente luego de cada actividad. Durante el servicio, antes de arreglar las mesas, luego de servir cada plato, etc.

- Mantener las uñas limpias y cortas.
- Si se llegara a ensuciar el uniforme, cambiárselo de manera inmediata, para ello deberá tener un uniforme de repuesto en su casillero.
- Recogerse el cabello y colocarse una malla.
- Nunca tocarse el cabello, nariz, boca, orejas, cuello, o demás, partes que por obvias razones no forman parte de un servicio adecuado e higiénico.
- Evitar fumar antes de al menos 1 hora de iniciar la jornada de trabajo.
- No masticar chicle o algún alimento frente al cliente.
- Los meseros se turnaran cada hora para revisar que los baños se encuentren en buen estado, en caso de existir alguna necesidad de limpieza, arreglo, o cualquier inconveniente, se llamará inmediatamente al encargado para su limpieza correspondiente.
- Retirarse el faldón y chaleco en caso de acudir al baño.
- Mantener los basureros tapados a toda hora.

Normas de seguridad

- Mantener secos los pisos para evitar tropiezos o resbalones.
- Cuando se esté limpiando y el piso este mojado, colocar el aviso correspondiente.
- En caso de tener niños en el área, pedir que no corran por el restaurante.
- Mantener una constante comunicación y orden durante el servicio, evitando tropezar o chocar con el personal de servicio o clientes.

Atención al cliente

- El servicio que se dará a nuestros clientes será de tipo americano, el cual se caracteriza por salir las preparaciones emplatados desde la cocina, se coloca los platos frente al cliente por la derecha y se los retira por la izquierda.
- Para asegurar que el plato llegue a la mesa íntegramente como el chef lo sirvió, se lo deberá transportar en las bandejas, sin exceder la cantidad de platos, pues podrían causar accidentes.
- Saludar y dar la bienvenida a todo aquel que ingrese al establecimiento, y asimismo agradecer y despedirse al momento de su salida.
- Mantener siempre una sonrisa cordial y ser amable en todo momento.
- Acompañar al cliente desde que llega al establecimiento, hasta su mesa.

- Asegurarse que la mesa ofrecida este completamente limpia y montada con la mantelería, cubertería y cristalería.
- Entregar la carta al cliente y esperar un tiempo prudente para que este haga su elección.
- De acuerdo a los deseos del cliente, llenar la comanda para registrar el tipo de alimento que se va a servir y en caso que necesite algún cambio a la preparación, evitando así confusiones y problemas con los clientes y cocina.

3. PROVEEDORES

- Implantar progresivamente la compra verde con productos y proveedores que garanticen la calidad de sus bienes y servicios desde una perspectiva ambiental, usando por ejemplo alguna certificación oficial.
- Acordar la entrega de productos con embalaje mínimo, evitando envases innecesarios y que se encarguen de la gestión de los residuos. Negociar con el proveedor la devolución del material sobrante y de envases vacíos para reutilizarlos.
- Solicitar a los proveedores de papelería e imprenta los productos en papel reciclado o sin cloro (impresos, sobres, cartas, etc).
- Evitar la compra de productos en dosis individuales para minimizar residuos. Elegir el abastecimiento de productos a granel y rechazar productos excesivamente empaquetados y con envases compuestos de diferentes materiales como el tipo brik.
- Optar por proveedores de bienes y servicios locales y productos de temporada.
- Introducir requerimientos ambientales en los contratos de compras, servicios y ejecución de obras.
- Pedir las fichas de seguridad de los productos.

Una de las principales ventajas de aplicar buenas prácticas es que estas pueden incidir en una reducción directa de los costes al disminuir el gasto en recursos naturales, como energía y agua, recursos materiales, así como en tratamiento de las aguas residuales y eliminación de los desechos. Los esfuerzos de conservación tales como la gestión de los

residuos peligrosos y la depuración del agua redundarán en un lugar de trabajo y un espacio común más seguros que, a su vez, podrán propiciar una reducción de tiempo de trabajo perdido y un menor riesgo de incurrir en responsabilidad.

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS PARA CADA AREA DE LA EMPRESA

Dentro de la empresa se deberá cumplir con ciertos parámetros como:

Horario de trabajo:

- El horario debe ser cumplido de manera estricta una vez fijado.
- Se aceptaran atrasos en caso de ser una razón de emergencia como calamidad doméstica grave, enfermedad grave, etc.
- Se deberá llevar una hoja de control al ingreso y salida del personal, para tener constancia del hecho.
- Se prohíbe firmar la hoja de asistencia del compañero que no este en el trabajo.
- Prohibido ausentarse en horario de trabajo.

Restricciones:

- El personal de la empresa debera estar debidamente uniformado dependiendo el area de trabajo.
- Queda terminantemente prohibido comer en horas de trabajo.
- Se prohíbe al personal ejecutar actividades que pongan en peligro a sus compañeros de trabajo o a sí mismo.
- En caso del personal de cocina deberan estar con el cabello recogido y los hombres con cabello corto y sin barba o bigote.
- No llegar en estado etílico caso contrario debera afrontar las consecuencias legales.
- No causar discusiones en horario o no de trabajo.
- No portar armas o algun objeto cortopulsante.

PERFIL DE LOS TRABAJADORES

AREA ADMINISTRATIVA

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Identificación del cargo

Nombre del cargo: GERENTE

Dependencia: AREA ADMINISTRATIVA

Número de cargos: Uno (1)

Reporta a: GERENTE

Requisitos mínimos

Requisitos de Formación de Titulo administración de empresas.

Requisitos de Experiencia de Dos años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo Principal

Es la persona encargada de dirigir la empresa y controlar cada una de las áreas que la compone, cuenta con los conocimientos necesarios para que la organización crezca.

Funciones esenciales

Responsable del restaurante

Encargado de todas las áreas del restaurante.

Llevar la contabilidad del restaurante

Planeación de menú conjuntamente con el chef.
Control de costos
Recibe clientes importantes
Soluciona cualquier dificultad suscitada en la empresa

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	CONTADOR
Dependencia:	AREA ADMINISTRATIVA
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título en contabilidad y auditoría.
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada de encargada de llevar la contabilidad del establecimiento para lograr un control de costos adecuado.	
Funciones esenciales	
Llevar la contabilidad de la empresa.	
Realizar pagos a los empleados.	
Resolver cualquier dificultad.	
Llevar el libro contable.	

AREA DE PRODUCCIÓN

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Identificación del cargo

Nombre del cargo:	COCINERO
Dependencia:	AREA DE PRODUCCIÓN
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE

Requisitos mínimos

Requisitos de Formación	Título de chef
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada.

Objetivo Principal

Es la persona encargada del área de producción es decir de la transformación de alimentos crudos a cocidos y de emplatarlos para que el cliente vaya satisfecho y regrese a nuestro establecimiento.

Funciones esenciales

- Encargado del área de cocina.
- Elaboración de menús.
- Dirigir al personal de cocina.
- Motivar al personal.
- Elaboración de actividades dentro de la cocina.
- Controlar la bodega.

FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Identificación del cargo

Nombre del cargo:	AYUDANTE DE COCINA
Dependencia:	AREA DE PRODUCCIÓN
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Título de bachiller
Requisitos de Experiencia	Experiencia en cocina.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada de apoyar al cocinero en cualquier actividad que este le encomiende durante la jornada de trabajo, en cualquier área de la cocina.	
Funciones esenciales	
Cumplir con las órdenes del chef.	
Limpieza del área de cocina.	
Preparación del mise en place día a día.	

AREA DE VENTAS

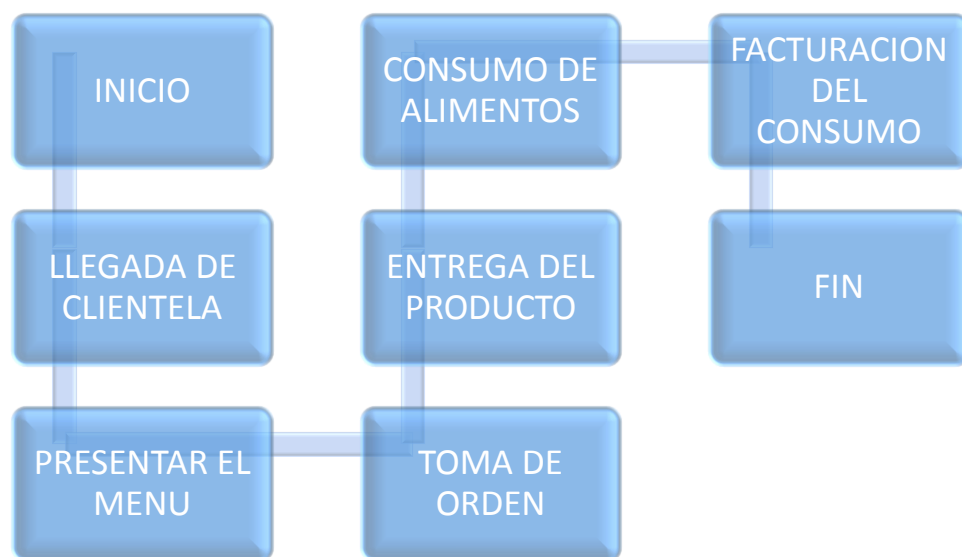
FICHA DE DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	MESERO
Dependencia:	AREA DEVENTAS
Número de cargos:	Uno (1)
Reporta a:	GERENTE
Requisitos mínimos	
Requisitos de Formación	Conocimiento de servicio de atención al cliente.

Requisitos de Experiencia	Experiencia en cocina.
Objetivo Principal	
Es la persona encargada del servicio y atención al cliente, siendo la primera cara de la empresa por lo cual el cliente regresará.	
Funciones esenciales	
Atención y servicio al cliente	
Montaje de mesas.	
Toma de pedidos.	
Dar la cuenta al cliente.	
Limpieza del área de servicio.	

ANEXOS

DIAGRAMAS DE FLUJO

ATENCIÓN AL CLIENTE

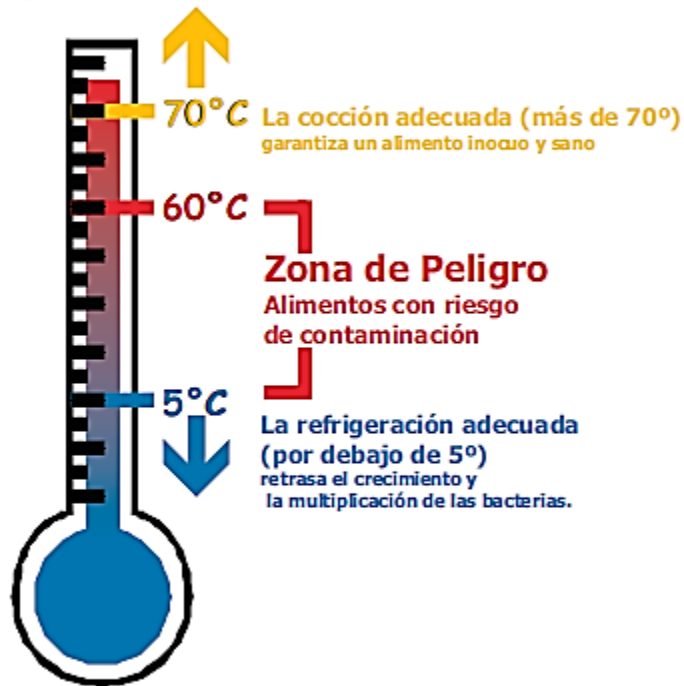


ELABORACIÓN



TEMPERATURAS ADECUADAS DE LOS ALIMENTOS

Mantener los alimentos a temperaturas adecuadas



No descongeles los alimentos a temperatura ambiente
Mantén la comida bien caliente (arriba de los 60°C)
Refrigera lo más pronto posible los alimentos cocinados y los perecederos (preferiblemente bajo los 5°C)
No dejes alimentos cocidos a temperatura ambiente por más de 2 horas

Fuente: www.panalimentos.org

TEMPERATURA INTERNA DE LOS ALIMENTOS.

Cocinar completamente los alimentos



- 82°C** Aves enteras, piernas, muslos y alas.
- 77°C** Pechugas de pollo y de pavo.
Carne bien cocida de res, ternera, cordero.
- 74°C** Sobrantes, rellenos y cazuelas.
- 71°C** Carne molida, hamburguesas, albóndigas, medallones.
Carne a término medio de res, ternera, cordero.
Platos a base de huevo.
- 63°C** Carne semicruda de res, ternera, cordero.

Cocina completamente los alimentos, especialmente las carnes, pollos, huevos y pescados

Hierve los alimentos como sopas y guisos para asegurarte que alcanzaron 70°C.

Para las carnes rojas y pollos cuida que los jugos sean claros y no rosados.

Es recomendable el uso de termómetros

Recalienta completamente la comida cocinada. Asegúrate que su interior alcance los 70°C.



www.panalimentos.org

Fuente: www.panalimentos.org

ANEXO D: Menú del restaurante "LO NUESTRO"

Postres:

Inti sweet (Biscochuelo de harina de quinua y trigo, relleno de mermelada de zanahoria amarilla, cubierto de merengue) **\$3.49**

Cuajada andina (Crema de leche montada, cubierta de canela en polvo y azúcar impalpable) **\$1.50**

Tentación (Biscochuelo de harina de trigo, rellena de dulce de leche y nueces, cubierto de crema chantilly decorado con frutillas y duraznos) **\$2.41**

Bebidas:

Bebida especial (Leche batida con azúcar morena, aromatizada con esencia de vainilla, acompañada de chocolate) **\$1.11**

Chicha (Macerado de avena, con jugos de naranjilla, endulzado con panela, aromatizado con especias dulces, relleno de piña) **\$1.02**

Bienvenidos a el mejor Restaurante de la ciudad, donde les atendemos con el mejor servicio la mejor calidad y los precios al alcance de sus bolsillos, con un ambiente relajado disfrutará de los mejores platillos de la Región.

Horario de atención
Lunes a sábado
8 am a 4 pm

Tel: 032610713 : 0983770949
Panamericana del cantón Guamote

RESTAURANTE

MENÚ

Entradas:

Trilogía (Tostado, mote, papas, carne de cerdo.) \$1.68

Tortillas de maíz \$0.88

Empanadas de carne (Masa de harina de trigo rellena sometida a fritura profunda.) \$1.53

Humitas (Envuelto en hoja de choclo rellenas con queso fresco sometida a vapor.) \$1.39

Chiwiles (Envuelto en hoja de maíz, cocción al vapor) \$1.01

Sopas:

Yaguarlocro (Viseras de borrego cocidas, sazonadas con hierbas y especias, papas y acompañado de aguacate, sangre de borrego frita, curtido) \$4.04

Caldo de gallina (sazonado con especias y hierbas, acompañado de papa, mix de cebolla blanca y cilantro) \$1.99

Arroz de cebada con carne de cerdo (Sazonado con especias acompañado de papas) \$1.25



Plato fuerte:

Fantasia andina (Filete de pollo a la plancha, acompañado de papas cocidas, mote, ensalada) \$ 3.03

Delicia campestre (Cuy al horno, acompañado de habas, papas cocidas, salsa de pepas de zambo, ensalada y crocante de camote) \$ 3.91

Llapingachos (Puré de papas a la plancha, chorizo, salsa de mani y ensalada) \$1.71

Fritada (Selección de cortes de carne de cerdo, marinados en especias, dorado en su propia grasa, acompañado de mote, maduro, tostado y ensalada.) \$2.72

Seco de chivo (selección de cortes cocinado en sus propios jugos, marinados en especias, acompañado de arroz, papas al vapor y ensalada.) \$2.33

Hornado (Selección de cortes de carne de cerdo, marinados en especias, al horno, acompañado de mote, papas, ensalada) \$3.21

Asado campestre (Tira de asado, chorizo, morcilla negra, chinchulines al grill, acompañado de camote, papas, chorizo, ensalada) \$7.94



ANEXO E: Tríptico.

Misión.

El restaurante los nuestro busca satisfacer las necesidades gastronómicas del cliente, brindando un servicio y producto de alta calidad, marcando la innovación y creatividad en cada uno de los platillos, contando con un personal capacitado, maquinaria y equipo de punta, logrando mantener al restaurante constante en el mercado maximizando así la rentabilidad del mismo.

Visión.

Ser una empresa líder en el área de restauración, a nivel regional y nacional en un periodo de 5 años, con la aplicación de buenas prácticas de mano factura en cada uno de los procesos de producción, ofreciendo servicios y productos de excelencia a sus clientes. Aportando al desarrollo económico del cantón, provincia y país.

Valores y principios.

De trabajo

Compromiso
Responsabilidad
Excelencia
Trabajo en equipo

Axiológicos

Respeto
Puntualidad
Honestidad
Disciplina
Innovación
Amabilidad

Objetivo general.

Desarrollar el estudio de factibilidad para la Creación de un restaurante en la vía Panamericana del Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo.

Objetivos específicos.

- Realizar el estudio de mercado con el fin de conocer la demanda insatisfecha.
- Definir un plan de empresa con sus diferentes estudios.
- Determinar la evaluación económica, financiera, del emprendimiento para su factibilidad.



GENNY GAVIN

Chef Ejecutiva

Justificación

Mediante la creación de un restaurante en la vía panamericana en el Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, se pretende potenciar la gastronomía del cantón, a su vez brindarle al cliente un producto de calidad en un lugar atractivo con un servicio de excelencia lo cual permita que el cliente satisfaga sus necesidades de alimentación recreación y confort.

Por lo tanto el comensal se llevará a la boca un buen producto, con la aplicación de las buenas prácticas de mano-factura las HACCP en cada uno de los procesos de producción, logrando poner en práctica los conocimientos técnicos- teóricos adquiridos durante el periodo académico. Lo cual garantiza la calidad total del producto.

La vía panamericana del cantón Guamote es una zona muy comercial y concurrida que conecta la costa y sierra, lo cual beneficia al emprendimiento ya que se tendría una mayor acogida por los clientes que transitan por la misma, además de los comensales del sector. Logrando así brindar fuentes de empleo a los habitantes del cantón, para dinamizar la economía cantón, provincia y país.

Políticas y Estrategias.

POLÍTICAS.

Garantizar la máxima calidad en la elaboración de nuestros productos.

Brindar un servicio de excelencia

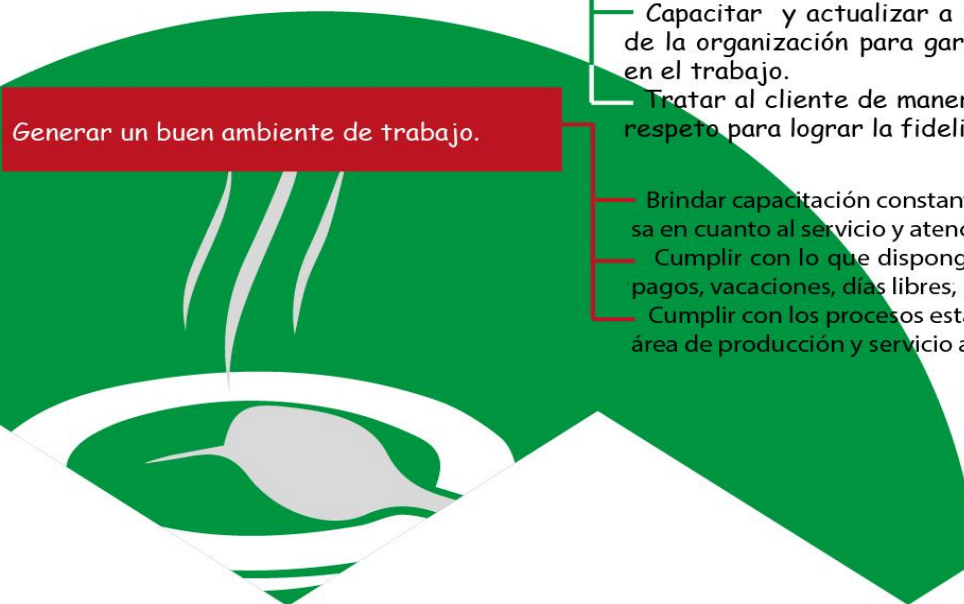
Generar un buen ambiente de trabajo.

ESTRATEGIAS.

- Aplicar materia prima de calidad, equipos y materiales óptimos para la elaboración de los productos.
- Realizar controles en las distintas áreas de producción.
- Realizar la estandarización de los procesos de producción, atención al cliente, y recepción de materia prima.

- Aplicar las buenas prácticas de mano factura en cada uno los procesos; como son las normas HACCCP, para garantizar la inocuidad del producto.
- Capacitar y actualizar a los colaboradores de la organización para garantizar la calidad en el trabajo.
- Tratar al cliente de manera adecuada y con respeto para lograr la fidelidad del mismo.

- Brindar capacitación constante al RH de la empresa en cuanto al servicio y atención al cliente.
- Cumplir con lo que disponga la ley en cuanto a pagos, vacaciones, días libres, etc.
- Cumplir con los procesos estandarizados en cada área de producción y servicio al cliente.



ANEXO F: Tarjeta de presentación.

