



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

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. 2017”**

**Trabajo de titulación**

**Tipo:** EMPRENDIMIENTOS

Presentado para optar al grado académico de

**LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTOR:** ELVIS GABRIEL JARAMILLO ORTEGA

**TUTOR:** ING. DANILO FERNANDO FERNÁNDEZ VINUESA

**Riobamba – Ecuador**

2018

## **DERECHO DE AUTOR**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Ing. Danilo Fernando Fernández Vinuesa

**DIRECTOR**

Riobamba, Ecuador 2018

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

El Tribunal trabajo de titulación certifica que: El Trabajo de investigación: Tipo emprendimientos “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA SALUDABLE EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. 2017**” de responsabilidad del señor **Elvis Gabriel Jaramillo Ortega**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

Lic. Juan Carlos Salazar Yacelga  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**FIRMA**

Ing. Danilo Fernando Fernández Vinuesa  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

---

**FIRMA**

Lic. Roger Badin Paredes Guerrero  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

**FIRMA**

Yo, **Elvis Gabriel Jaramillo Ortega**, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**Elvis Gabriel Jaramillo Ortega.**

## **DEDICATORIA**

Dedico de todo corazón a mi familia por su apoyo, cariño, comprensión, confianza, y paciencia que me han brindado en esta etapa de mi vida, a mi novia por acompañarme y alentarme a seguir, y a la vida que es la maestra que nos enseña todos los días algo nuevo y bonito para seguir viviendo.

**Elvis Gabriel Jaramillo Ortega.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi madre por su apoyo incondicional en decisiones que he tomado, por haber inculcado valores, principios en mi vida y depositar toda su fe y amor infinito para seguir adelante.

**Elvis Gabriel Jaramillo Ortega.**

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN .....	xv
SUMMARY .....	xvi
CAPÍTULO I .....	2
JUSTIFICACIÓN .....	2
OBJETIVOS .....	3
Objetivo general 3	
Objetivo específico .....	3
1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	5
1.1 Hilo conductor .....	5
1.2 Marco teórico .....	6
1.2.1 Servicio de restaurante .....	6
1.2.1.1 Historia del origen de restaurante .....	6
1.2.1.2 Servicio de Alimentación .....	7
1.2.2 Tipos de restaurantes .....	8
1.2.2.1 Restaurante informal o de ambiente familiar .....	9
1.2.2.2 Restaurante de comida rápida .....	9
1.2.2.3 Restaurante vegetariano .....	9
1.2.2.4 Restaurante tipo gourmet .....	9
1.2.3 Tipos de servicios de un restaurante .....	10
1.2.3.1 Servicio americano .....	10
1.2.3.2 Servicio a la inglesa .....	10
1.2.3.3 Servicio a la francesa .....	10
1.2.3.4 Servicio de buffet .....	10
1.2.3.5 Autoservicio .....	10
1.2.3.6 Servicio estilo familiar .....	11
1.2.4 Comida saludable .....	11
1.2.5 Fases del proyecto .....	13
1.2.5.1 Estudio de mercado .....	13
1.2.5.2 Estudio técnico .....	13
1.2.5.3 Estudio administrativo-legal .....	14
1.2.5.4 Estudio económico financiero .....	14

CAPÍTULO III.....	15
2 MARCO METODOLÓGICO.....	15
2.1 Tipo y diseño de la investigación .....	15
2.1.1 Modalidad de investigación.....	15
2.2 Técnicas de recolección de datos.....	15
2.2.1 Encuesta.....	16
2.3 Fuentes de investigación .....	16
2.3.1 Fuentes primarias .....	16
2.3.2 Fuentes secundarias.....	16
2.4 Universo .....	16
2.5 Muestra .....	17
2.6 Estratificación.....	17
2.7 Tabulación y análisis de resultados.....	18
CAPÍTULO III .....	19
3 MARCO DE RESULTADOS .....	19
CAPÍTULO IV.....	32
4 PROPUESTA.....	32
4.1 Identificación de la idea .....	33
4.1.1 <i>Justificación</i> .....	33
4.2 Nombre del emprendimiento.....	34
4.2.1 Descripción del emprendimiento .....	35
4.2.2 Aplicación del FODA.....	37
4.3 Estudio de mercado.....	38
4.3.1 Demanda.....	39
4.3.2 Oferta.....	41
4.3.3 Demanda insatisfecha.....	42
4.3.4 Cuota del mercado .....	44
4.3.5 Mix de mercado .....	46
4.4 Estudio técnico .....	49
4.3.1 Determinación del tamaño.....	50
4.3.2 Capacidad del emprendimiento.....	51
4.3.3 Localización.....	51
4.3.4 Proceso de producción.....	52
4.3.5 <i>Requerimiento de Talento Humano</i> .....	58

4.3.	6 Diseño de la planta .....	59
4.3.7	Estructura de costos de producción .....	60
4.3.8	Determinación de activos fijos para producción .....	66
4.3.9	Programa pre operativo .....	66
4.4	Estudio administrativo, legal y ambiental .....	69
4.4.1	Organización.....	69
4.4.2	Marco Legal.....	74
4.4.3	Permisos requeridos para su funcionamiento .....	77
4.4.4	Mitigar el impacto ambiental.....	77
4.5	Estudio Financiero .....	81
4.5.1	Análisis de la inversión .....	81
4.5.2	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	90
4.5.3	Estado de situación financiera .....	91
4.5.4	Estado de flujo del efectivo .....	92
4.5.5	Evaluación Económica .....	93
4.5.6	Evaluación Financiera .....	94
4.5.7	<i>Evaluación Social</i> .....	97
4.5.8	Evaluación ambiental .....	98
	RECOMENDACIONES .....	100
	BIBLIOGRAFÍA.....	103
	ANEXOS .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b> Implementación de un restaurante de comida saludable .....	19
<b>Tabla 2-3:</b> Si se llegará a implementar visitaría el restaurante .....	20
<b>Tabla 3-3:</b> Aspectos que toma en cuenta al seleccionar un restaurante .....	21
<b>Tabla 4-3:</b> Tipo de servicio que le ofrezca el restaurante.....	22
<b>Tabla 5-3:</b> Consumo en dólares que usted estaría dispuesto a realizar en el restaurante. ....	23
<b>Tabla 6-3:</b> Frecuencia con la que usted visitaría el restaurante. ....	24
<b>Tabla 7-3:</b> Enunciado que le gustaría que se identifique el restaurante. ....	25
<b>Tabla 8-3:</b> Lugar de la ubicación del establecimiento .....	26
<b>Tabla 9-3:</b> Promociones que le gustaría que se efectúe.....	27
<b>Tabla 10-3:</b> Medios de comunicación que prefiere para informarse.....	28
<b>Tabla 11-3:</b> Tipos de servicios que le ofrezca el restaurante.....	29
<b>Tabla 12-3:</b> Conocimiento de un establecimiento similar.....	30
<b>Tabla 13-3:</b> Se siente satisfecho con los servicios ofertados .....	31
<b>Tabla 1-4:</b> Nombre del Emprendimiento .....	35
<b>Tabla 2-4:</b> Aplicación del FODA .....	37
<b>Tabla 3-4:</b> Población .....	38
<b>Tabla 4-4:</b> Análisis del crecimiento Poblacional .....	39
<b>Tabla 5-4:</b> Demanda proyectada de restaurantes .....	40
<b>Tabla 6-4:</b> Oferta Proyectada de restaurantes .....	42
<b>Tabla 7-4:</b> Demanda insatisfecha de restaurantes .....	43
<b>Tabla 8-4:</b> Muebles y enseres .....	49
<b>Tabla 9-4:</b> Publicidad.....	49
<b>Tabla 10-4:</b> Tamaño de la Empresa .....	50

<b>Tabla 11-4:</b> Capacidad de la Empresa.....	50
<b>Tabla 12-4:</b> Capacidad del emprendimiento.....	51
<b>Tabla 13-4:</b> Significado de la señalética del diagrama de flujo.....	53
<b>Tabla 14-4:</b> Servicios básicos.....	60
<b>Tabla 15-4:</b> Mantenimiento de equipos.....	61
<b>Tabla 16-4:</b> Depreciación.....	62
<b>Tabla 17-4:</b> Materia prima.....	63
<b>Tabla 18-4:</b> Sueldo producción.....	64
<b>Tabla 19-4:</b> Sueldo administrativo.....	64
<b>Tabla 20-4:</b> Sueldo de ventas.....	64
<b>Tabla 21-4:</b> Costos indirectos de fabricación.....	65
<b>Tabla 22-4:</b> Determinación de activos fijos.....	66
<b>Tabla 23-4:</b> Gastos de experimentación.....	66
<b>Tabla 24-4:</b> Muestras y degustaciones de Sanduche Tomato.....	67
<b>Tabla 25-4:</b> Muestras y degustaciones de La Tilapia a la plancha.....	68
<b>Tabla 26-4:</b> Proceso de selección y contratación del personal.....	73
<b>Tabla 27-4:</b> Permisos de funcionamiento.....	77
<b>Tabla 28-4:</b> Impacto ambiental.....	78
<b>Tabla 29-4:</b> Inversión del proyecto.....	81
<b>Tabla 30-4:</b> Estado de fuentes y usos.....	82
<b>Tabla 31-4:</b> Clasificación de la Inversión.....	83
<b>Tabla 32-4:</b> Tipos de financiamiento.....	83
<b>Tabla 33-4:</b> Amortización de crédito bancario.....	84
<b>Tabla 34-4:</b> Amortización activos diferidos.....	84
<b>Tabla 35-4:</b> Estructura de costos y gastos del proyecto.....	85
<b>Tabla 36-4:</b> Costo de producción.....	87

<b>Tabla 37-4:</b> Gasto de administración .....	88
<b>Tabla 38-4:</b> Gasto de ventas .....	88
<b>Tabla 39-4:</b> Cuadro de Ingresos / Proyección de Venta .....	89
<b>Tabla 40-4:</b> Estado de resultados .....	90
<b>Tabla 41-4:</b> Balance general .....	91
<b>Tabla 42-4:</b> Flujo de caja.....	92
<b>Tabla 43-4:</b> Prueba ácida.....	93
<b>Tabla 44-4:</b> VAN .....	94
<b>Tabla 45-4:</b> TIR .....	94
<b>Tabla 46-4:</b> Beneficio costo .....	95
<b>Tabla 47-4:</b> PRI .....	95
<b>Tabla 48-4:</b> Punto de equilibrio .....	96
<b>Tabla 49-4:</b> Evaluación social .....	97

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-1:</b> Servicio de alimentación .....	7
<b>Gráfico 1-3:</b> : Implementación de un restaurante de comida.....	19
<b>Gráfico 2-3:</b> Si se llegará a implementar visitaría el restaurante .....	20
<b>Gráfico 3-3:</b> Aspectos que toma en cuenta al seleccionar un restaurante .....	21
<b>Gráfico 4-3:</b> Tipo de servicio que le ofrezca el Restaurante .....	22
<b>Gráfico 5-3:</b> Consumo en dólares que usted estaría dispuesto a realizar en el restaurante .....	23
<b>Gráfico 6-3:</b> Frecuencia con la que usted visitaría el Restaurante.....	24
<b>Gráfico 7-3:</b> Enunciado que le gustaría que se identifique el Restaurante.....	25
<b>Gráfico 8-3:</b> Lugar de la ubicación del establecimiento.....	26
<b>Gráfico 9-3:</b> Promociones que le gustaría que se efectué.....	27
<b>Gráfico 10-3:</b> Medios de Comunicación que prefiere para informarse.....	28
<b>Gráfico 11-3:</b> Tipos de servicios que le ofrezca en Restaurante.....	29
<b>Gráfico 12-3:</b> Conocimiento de un establecimiento similar .....	30
<b>Gráfico 13-3:</b> Se siente satisfecho con los servicios ofertados .....	31
<b>Gráfico 1-4:</b> Análisis del crecimiento poblacional .....	40
<b>Gráfico 2-4:</b> Demanda proyectada de restaurantes .....	41
<b>Gráfico 3-4:</b> Oferta proyectada de restaurantes .....	42
<b>Gráfico 4-4:</b> Demanda Insatisfecha de restaurantes.....	43
<b>Gráfico 5-4:</b> Cargos y funciones del área comercial.....	48
<b>Gráfico 6-4:</b> Localización del emprendimiento .....	52
<b>Gráfico 7-4:</b> Diagrama de flujo .....	54
<b>Gráfico 8-4:</b> Plano del restaurante .....	59
<b>Gráfico 9-4:</b> Organigrama Estructural .....	70
<b>Gráfico 10-4:</b> Organigrama funcional.....	71

<b>Gráfico 11-4:</b> Proceso de Selección.....	72
<b>Gráfico 12-4:</b> Punto de equilibrio .....	97

## ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo A:** Encuesta
- Anexo B:** Manual de Funciones
- Anexo C:** Receta Estándar
- Anexo D:** Menú
- Anexo E:** Afiche

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo de titulación es crear un restaurante de comida rápida saludable con referentes teóricos, características y orígenes, realizando un estudio de mercado para establecer la propuesta de factibilidad. En el presente proyecto se aplicó técnicas y métodos que proporcionen la información requerida como es: investigación de campo la misma que se realizó a los profesionales de la ciudad de Riobamba, también mediante una ficha de observación de establecimientos que son competencia directa e indirecta; la investigación documental bibliográfica se obtuvo por medio de libros, revistas, publicaciones e internet para sustentar nuestros fundamentos teóricos; e investigación analítica nos permitió el análisis e interpretación de la encuesta y la ficha de observación directa. La técnica de recolección de datos se estableció mediante encuestas para obtener resultados acerca del perfil del consumidor e identificar la aceptación del producto, se obtuvo datos del consumidor con afinidad a la aceptabilidad de cada platillo; se efectuó un sondeo para comprobar la ubicación adecuada y determinar la rentabilidad e inspeccionar la competitividad de la zona. Esta investigación cuenta con dos fuentes de investigación; fuente primario que son los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta y las fuentes secundarios que se tomó información de textos, artículos de revista y datos estadísticos del INEC. Según los datos de una muestra de 138 encuestas que es el 100% se identificaron que el 72% de personas encuestadas están de acuerdo con la implementación del restaurante, un 70% visitaría el restaurante y el 36% de cinco indicadores determino que visitaría por el tipo de comida. Como resultado se determinó que la población acepta la implementación del restaurante. El proyecto es viable por la demanda insatisfecha de alimentos saludables, se recomienda realizar un estudio de mercado cada cinco años para tomar en cuenta las necesidades de los consumidores.

**Palabras clave:** <TECNOLOGÍAS Y CIENCIAS MÉDICAS>, <GASTRONOMÍA>, <EMPRENDIMIENTO>, <ALIMENTOS SALUDABLE>, <INVESTIGACION DE MERCADO>, <COMIDA RÁPIDA>, <COCINA SALUDABLE >.

## SUMMARY

The objective of this degree work is to create a healthy fast food restaurant with theoretical referents, characteristics and origins, making a market research to establish the feasibility proposal. In this project were also applied methods and techniques that provided the needed information, such as: a field research which was made to the professionals of Riobamba City, also by an establishments' observation form which are direct and indirect competition. The bibliographic documental research was obtained by means of books, magazines, publications and Internet to maintain our theoretical foundations. Otherwise, the analytic research allowed us the analysis and interpretation of the survey and also the direct observation form. In order to identify the product acceptance and obtain results about the consumer profile, the recollection technique was established by surveys. Consumer data was also obtained with the acceptability of each dish; a survey was carried out to verify the appropriate location, determine the profitability and inspect the competitiveness of the area. This study has two sources of research, the primary source are the results obtained from the survey application and the secondary sources that took information from texts, journal articles and statistical data of INEC. According to the data of a 138 surveys sample, that represent the 100%, it was identified that the 72% of surveyed people agree with the restaurant's implementation, the 70% would visit the restaurant and the 36% of five indicators determined that they would visit the restaurant due to the kind of food. As a result, it was determined that the population accepts the implementation of the restaurant. The project is viable due to the unmet demand of healthy foods. It is recommended to conduct a market study every five years to take into account the consumers' needs.

**KEY WORDS:** < TECHNOLOGIES AND MEDICAL SCIENCES>, <GASTRONOMY>, <ENTREPRENEURSHIP>, <HEALTHY FOOD>, <MARKET RESEARCH>, <FAST FOOD>, <HEALTHY CUISINE>

## INTRODUCCIÓN

Ecuador, en los últimos años ha incrementado los niveles de sobrepeso, esta aseveración lo realiza el Ministerio de Salud, exponiendo que un “63% de adultos sufre problemas de sobrepeso mientras que el mismo problema aqueja a uno de cada tres niños en edad escolar y dos de cada diez adolescentes”

Alimentos como hamburguesas, hot-dogs, batidos, papas fritas, pollo frito, pizzas, tacos y otros snacks, son elementos de la alimentación diaria de un gran número de personas, que llevan una dieta desequilibrada, aclarando que, si el consumo de este tipo de alimentos fuera ocasional no hay riesgo, la dificultad es cuando son consumidos de forma excesiva, porque crea una escasez de nutrientes generando efectos negativos. Otro aspecto que daña la imagen de este tipo de comida son los procesos de elaboración irregulares e incluso el incumplimiento de normas higiénico-sanitarias.

El presente proyecto busca brindar alternativas de menús saludables en preparación rápida, generando una alta rotación de clientes, de esa manera generar fuentes de trabajo, mejorar las condiciones de vida e inyectar economía en la ciudad de Riobamba, propone la creación de un restaurante que elabore y comercialice comida rápida que incluya nutrientes esenciales que contribuyan a la salud de los consumidores, aspecto que se logrará con la utilización de frutas, vegetales y hortalizas orgánicas y la aplicación de los conocimientos teóricos y prácticos en varias áreas adquiridos durante los años de formación en la Escuela de Gastronomía, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

La creación del mismo ayudará a la satisfacción de los clientes que prefieren este tipo de alimentos, pero están en desacuerdo con los ingredientes que utilizan generalmente como es la carne rica en grasa, granos refinados, azúcar y vegetales contaminados con químicos; con la propuesta tendrán la posibilidad de escoger entre menús reformados en los que se utilizan frutas, vegetales y hortalizas orgánicas aplicando procesos de elaboración basados en normas de calidad e higiene, con un diseño diferenciado en la localidad que brinda un ambiente orgánico.

## CAPÍTULO I

### **JUSTIFICACIÓN.**

En países como el nuestro hay gran oferta de productos naturales e incluso orgánicos que pueden ser parte de la materia prima utilizada en la preparación de menús saludables y de rápida preparación para saciar la necesidad de alimentarse bien de las personas que no tiene mucho tiempo.

Las alimentaciones a través de sus componentes determinan el nivel de nutrición que poseen y que es indispensable para el desarrollo de una persona de acuerdo a su edad, sin embargo, esto no se lo realiza de forma técnica, de allí la importancia de promover la comida rápida saludable.

El presente proyecto busca brindar alternativas de menús saludables en preparación rápida, generando una alta rotación de clientes, de esa manera generar fuentes de trabajo, mejorar las condiciones de vida e inyectar economía en la ciudad de Riobamba.

Al comer no solo se debe saciar el apetito se debe contribuir al organismo nutrientes que son sustancias que requiere el cuerpo humano para cumplir sus funciones, (Benalcazar, 2013). La alimentación del tipo que sea debe satisfacer las necesidades energéticas, mantenimiento y crecimiento de nuestras estructuras corporales y regulación de los procesos vitales para un buen funcionamiento del organismo.

El proyecto se ampara en la Constitución del Ecuador en el Artículo. 13 dice “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria” y en la Ley Orgánica de la Salud, en su Art. 4 determina “La autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde

el ejercicio de las funciones de rectoría en salud; así como la responsabilidad de la aplicación, control y vigilancia del cumplimiento de esta Ley; y, las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias”.

El proyecto de emprendimiento propone la creación de un restaurante que elabore y comercialice comida rápida que incluya nutrientes esenciales que contribuyan a la salud de los consumidores, aspecto que se logrará con la utilización de frutas, vegetales y hortalizas orgánicas y la aplicación de los conocimientos teóricos y prácticos en varias áreas adquiridos durante los años de formación en la Escuela de Gastronomía, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

La creación del mismo ayudará a la satisfacción de los clientes que prefieren este tipo de alimentos, pero están en desacuerdo con los ingredientes que utilizan generalmente como es la carne rica en grasa, granos refinados, azúcar y vegetales contaminados con químicos; con la propuesta tendrán la posibilidad de escoger entre menús reformados en los que se utilizan frutas, vegetales y hortalizas orgánicas aplicando procesos de elaboración basados en normas de calidad e higiene, con un diseño diferenciado en la localidad que brinda un ambiente orgánico.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Diseñar el proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida saludable en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo 2017.

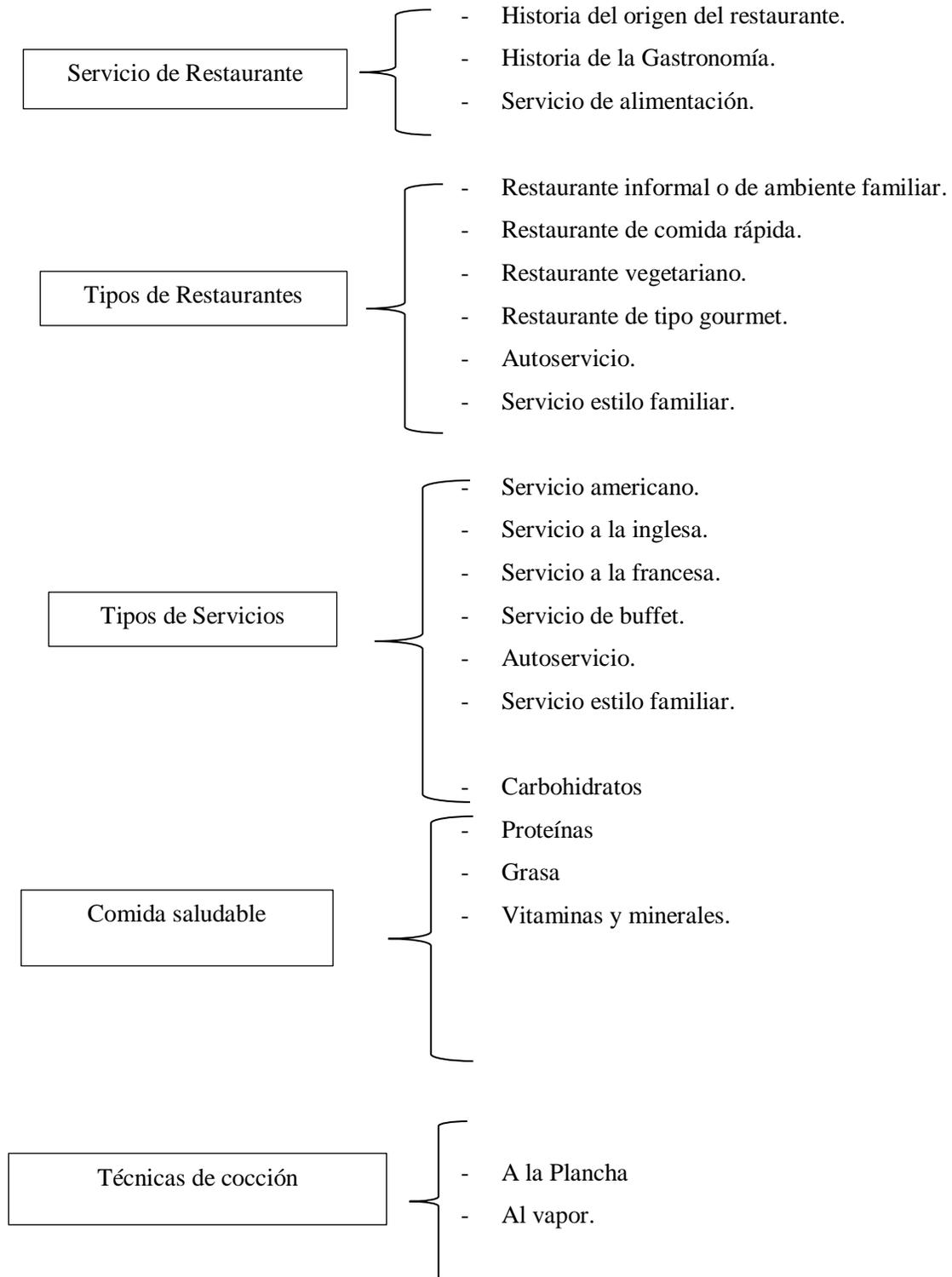
### **Objetivo específico**

- Realizar los referentes teóricos de la comida rápida y saludable, sus características, orígenes y la variedad de platos.

- Establecer el estudio de mercado para la creación de un restaurante de comida rápida saludable para la determinación de la demanda insatisfecha.
- Establecer la propuesta de factibilidad, para la creación del restaurante a través de la elaboración de los estudios Administrativo, técnico, legal económico, financiero y ambiental del proyecto.

# 1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

## 1.1 Hilo conductor



## **1.2 Marco teórico**

### ***1.2.1 Servicio de restaurante***

Es una actividad que se ocupa de proporcionar a los viajeros y a los residentes, servicios de alimentación y bebida. Por lo tanto quedan integrados como establecimientos en este ámbito; cada día alcanza un mayor desarrollo, adaptado a las necesidades de la vida de una sociedad moderna. **(Fonseca , Raya , & Porrata- Doria , 2007)**

Los modelos de restaurantes sufrieron cambios profundos en la segunda mitad del Siglo XX, antes de la Segunda guerra mundial, actualmente se ofrece comida a buen precio, en una gama amplia de establecimientos. **(Fonseca , Raya , & Porrata- Doria , 2007)**

#### ***1.2.1.1 Historia del origen de restaurante***

Algunos testimonios históricos y arqueológicos nos confirman que las tabernas ya existían en el año 1700 a.C. Se han encontrado pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en 512 a.C que tenía un menú limitado, ya que solo servía un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla. No obstante los egipcios utilizaban una amplia selección de alimentos para cocinar: guisantes, lenteja, sandía, grasas (animales y vegetales) carne, miel y productos lácteos leche, quesos y mantequilla. **(Fonseca , Raya , & Porrata- Doria , 2007)**

En 1765 El primer restaurante o establecimiento que servía comida abre sus puertas en París, su propietario, M. Boulanger, colocó un letrero en la entrada que decía: Boulanger vende caldos restaurativos aptos para los dioses. Este letrero se hizo tan famoso que de ahí se tomó el nombre para denominar a todos los establecimientos que servían caldos restaurativos como Restaurantes. **(Antamba, 2012)**

Con el surgimiento de los restaurantes empieza a tomar importancia la minuta o menú. Una minuta modesta incluía: un entremés, una sopa, el plato principal, el postre. En una minuta prolija se ofrecía desde entradas o hors d'oeuvres, potajes y sopas, pescados, rotiss o plato fuerte que incluye carne, quesos y postres como mínimo contenían 4 o 5 platillos. **(Antamba, 2012)**

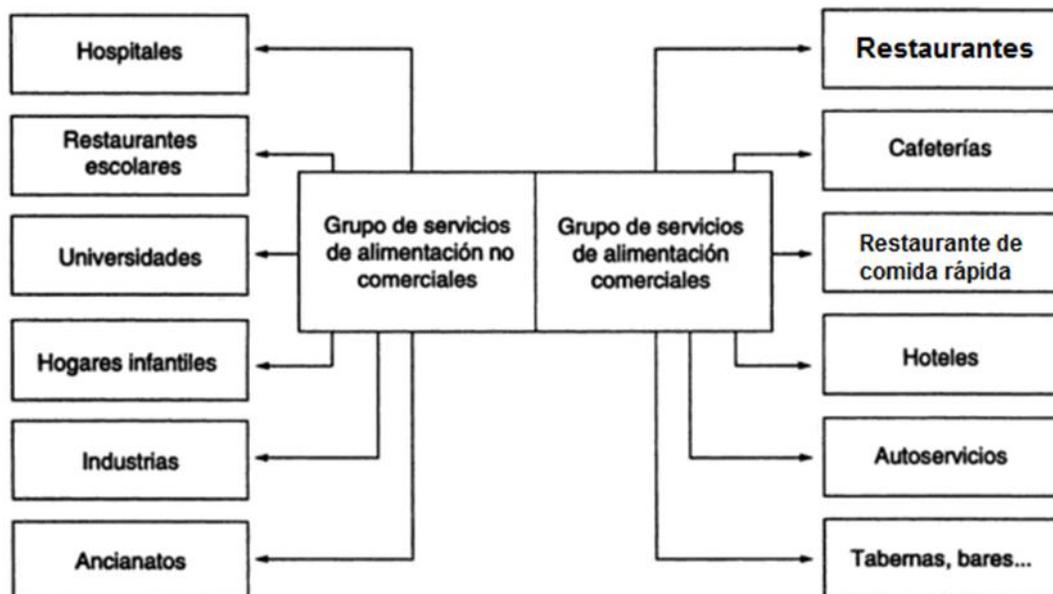
En el año de 1782 se abre en París el restaurante como lo conocemos actualmente con un menú que enlistaba los platillos disponibles, estos eran servidos en mesas privadas y con un horario regular, su nombre era La Gran Taberna de Londres, su propietario era Antoine Beauvilliers. (Antamba, 2012)

En la actualidad un restaurante es aquel establecimiento provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo. También en el año de 1800 en estados unidos se desarrolla un instrumento de cocina que impactaría a todo el mundo ya que antes de esto se cocinaba sobre hogares y fogones, el científico Benjamín Thompson, conde Von Rumford, inventa la estufa”. (Antamba, 2012)

### 1.2.1.2 Servicio de Alimentación

En primer lugar, hay que enfatizar que entre los primeros servicios de alimentación y los actuales existen diferencias abismales en cuanto a los tipos y calidades de los recursos empleados, siempre cumplirán la misma función fundamental: transformar una materia prima – los alimentos- por medio de los procesos de preparación y conservación, en comidas o preparaciones servidas, que complazcan a los usuarios en sus gustos y hábitos que se ajusten a sus necesidades nutricionales y fisiopatológicas. (Dolly Tejada, 2007).

Los servicios de alimentación que brinda se enfocan las siguientes actividades.



**Gráfico 1-1:** Servicio de alimentación  
Fuente: (Dolly Tejada, 2007)

El comienzo del concepto de restaurante se dio en Francia, con la instalación de cocinas para preparar ragouts o estofados. Uno de los sitios de comidas de un solo plato por ejemplo eran las pizzerías, hasta llegar a los modernos mostradores de autoservicio que funcionan 24 horas del día, los restaurantes familiares, modestos y lujosos, se ofrece una innumerable variedad de productos y servicios. **(Dolly Tejada, 2007)**

### ***1.2.2 Tipos de restaurantes***

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

- Restaurante grill-romm o parrillada: Tipo de restaurante orientado a la cocina americana donde se sirve carnes, pescados y mariscos a la plancha y a la parrilla.
- Restaurante buffet: A mediados de la década de los 70's surgió en los hoteles la tendencia de los restaurantes exclusivos para buffet. Esta modalidad ha servido de gran ayuda para poder alimentar a grandes grupos de turistas en los hoteles con servicios de "Todo Incluido", para colocar las bandejas con los diferentes tipos de alimentos, constan de varios displays especiales con calentadores y refrigeradores integrados para mantener los alimentos a la temperatura adecuada.
- Restaurantes temáticos: Son restaurantes que se especializan en un tipo de comida como los de Mariscos, los Vegetarianos, los SteakHouses o Asaderos; estos incluyen también los de nacionalidades, que se especializan en la cocina de un país o región determinada.
- Restaurante de comida rápida: Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas o pollo. Algunas de las cadenas de restaurantes más conocidas son: McDonald's, KFC, Pizza Hut, Domino's pizza, Taco Bell.
- Restaurante gourmet: Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maitre. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos, son un tipo de establecimientos con una organización eficaz, regidas por normas, procedimientos y políticas internas y externas interrelacionadas para su manejo.

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

Otros tipos de restaurantes se clasifican en:

#### *1.2.2.1 Restaurante informal o de ambiente familiar.*

Estos restaurantes se prestan para ser manejados por sus propietarios y depende grandemente del apoyo de los habitantes de la localidad. Su número ha aumentado en los últimos tiempos, gracias a que la gente sale a comer con más frecuencia, debido a que trabaja en horarios más largos, a que marido y mujer trabajan, o a que se tiene un mayor ingreso. El servicio o la comida en un restaurante de este tipo no son tan exigentes como el de un restaurante fino, pero será conveniente que usted conozca a sus clientes personalmente y los haga sentir como en su casa. **(Cooper, Floody, & McNeill, 2002)**

#### *1.2.2.2 Restaurante de comida rápida.*

“Incluye en su menú, ítems necesarios y lucrativos de alimentos simples y de rápida preparación como las hamburguesas, papas fritas, pizzas y pollo. Una de las cadenas que sobresale es McDonald’s y KFC.” **(Cooper, Floody, & McNeill, 2002).**

#### *1.2.2.3 Restaurante vegetariano.*

Ofrece comida buena para el corazón, saludable, bajas en grasas saturadas y en colesterol. Los alimentos orgánicos se están volviendo populares, y la gente está exigiendo cada vez más que los productores de alimentos y quienes los preparen actúen con plena responsabilidad. **(Cooper, Floody, & McNeill, 2002).**

#### *1.2.2.4 Restaurante tipo gourmet.*

Son negocios dirigidos por un chef, que generalmente es dueño, los costos son altos, el establecimiento depende mucho de las cuentas de gastos de altos ejecutivos y de ocasiones o conmemoraciones especiales y una invitación a uno de ellos es vista como una fina manera de pasar una velada. (Cooper, Floody, & McNeill, 2002).

### ***1.2.3 Tipos de servicios de un restaurante***

#### *1.2.3.1 Servicio americano.*

Servicio desempeñado por garzones con los platos y entremeses servidos en la cocina según ordenes individuales. Los platos se disponen y trasladan en bandejas hasta la mesa. Platos y bebidas son servidos y retirados por la derecha, salvo que molesten al cliente. (Brito, 2010)

#### *1.2.3.2 Servicio a la inglesa.*

La comida se ofrece al cliente sobre un plaqueo o fuente y se sirve por su izquierda ayudándose de tenazas. El plato debe ser montado con gusto y cuidado, con el ingrediente principal frente al cliente y el acompañamiento al lado superior. (Brito, 2010)

#### *1.2.3.3 Servicio a la francesa.*

Aquí los alimentos vienen sobre plaques o fuentes, son presentados y ofrecidos al cliente por la izquierda, y él es quien se sirve. (Brito, 2010)

#### *1.2.3.4 Servicio de buffet.*

La comida se dispone en fuentes sobre mesas o mostradores y los clientes se sirven por si mismos o son ayudados por parte del equipo de cocina. El garzón sirve las bebidas, posiblemente los postres, recoge la mesa y presenta la cuenta. (Brito, 2010)

#### *1.2.3.5 Autoservicio.*

El cliente elige su comida porque hay una variedad de platillos según su paladar para deleitarse, lo hace desde el área de exhibición, la traslada en una bandeja y se cancela al final de la línea. El garzón se limita a retirar la loza y mantener limpia su área de trabajo. **(Brito, 2010)**

#### *1.2.3.6 Servicio estilo familiar.*

La comida se ofrece en grandes fuentes en el centro de la mesa, los clientes se sirven por sí mismo, el garzón sirve las bebidas, los postres y recoge la loza. **(Brito, 2010)**

#### *1.2.4 Comida saludable*

Una alimentación saludable significa comer la cantidad adecuada de alimentos, de todos los grupos, con la finalidad de tener una vida saludable. La dieta generalmente es conocida como un régimen alimenticio para perder peso. Los diferentes alimentos saludables son esenciales para que el cuerpo realice con normal facilidad sus diferentes funciones un mantenernos con un buen salud. Existen cinco tipos de nutrientes llamados: Proteínas o Prótidos, Grasas o Lípidos, Carbohidratos o Glúcidos, Vitaminas y Minerales.

La parte esencial de una alimentación saludable es la que contiene una amplia variedad de alimentos densos en nutrientes seleccionados de los 5 grupos básicos en cantidades necesarias. La salud y buen funcionamiento del organismo, depende de la nutrición y alimentación que se tiene durante la vida. Alimentación y Nutrición aun cuando parecieran significar lo mismo, son conceptos diferentes.

La Alimentación permite tomar del medio que nos rodea, los alimentos de la dieta (de la boca para fuera) y la Nutrición es el conjunto de procesos que permiten que nuestro organismo utilice los nutrientes que contienen los alimentos para realizar sus funciones (de la boca para adentro).

Los alimentos son todos los productos naturales o industrializados que consumimos para cubrir una necesidad fisiológica (hambre). Los nutrientes son sustancias que se encuentran dentro de los alimentos y que el cuerpo necesita para realizar diferentes funciones y mantener la salud. Existen cinco tipos de nutrientes llamados: Proteínas o Prótidos, Grasas o Lípidos, Carbohidratos o Glúcidos, Vitaminas y Minerales.

Una buena nutrición y una dieta balanceada ayudan a una vida saludable, no importa la edad, lo importante es la decisión de consumir comida saludable y así tomar las medidas necesarias para mejorar su nutrición y formar buenos hábitos alimenticios.

Entre las estrategias que se sugieren están:

- Establecer un horario regular para las comidas.
- Servir una variedad de alimentos y refrigerios saludables.
- Seguir una dieta nutritiva.
- Seleccionar el lugar donde come en la calle.

Sin embargo, no es fácil tomar estas medidas. Nuestros días están colmados de responsabilidades, y las comidas de preparación rápida están siempre a mano, pero se puede unificar acciones para lograr resultados positivos, una de ellas es abastecerse de alimentos saludables:

- Incluya frutas y verduras en la rutina diaria, tratando de servir un mínimo de cinco porciones diarias. Asegúrese de servir frutas y verduras en todas las comidas.
- Facilite que el niño elija refrigerios saludables, teniendo a mano frutas y verduras listas para comer. Otros refrigerios saludables son el yogur, los tallos de apio con mantequilla de maní o las galletas integrales con queso.
- Sirva carnes desgrasadas y otras buenas fuentes de proteína, como el pescado, los huevos y las frutas secas.
- Compre panes integrales y cereales, para que ingiera más fibra.
- Limite el consumo de la grasa, evitando las comidas fritas y cocinando los alimentos en el horno, en la parrilla o al vapor. Elija productos lácteos de bajo contenido graso o descremados.
- Limite las comidas en restaurantes rápidos y los refrigerios poco nutritivos, como las papas fritas y los dulces. No los elimine por completo de su casa, pero ofrézcalos “de vez en cuando” para que el niño no se sienta privado por completo de ellos.
- Limite las bebidas dulces, como las gaseosas y las bebidas con sabor a fruta. En cambio, sirva agua y leche descremada

### ***1.2.5 Fases del proyecto***

#### ***1.2.5.1 Estudio de mercado.***

El concepto de mercado se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales, por una parte, se trata de un lugar físico especializado en las actividades de vender y comprar productos y en algunos casos servicios (**Montes, 2014**). En este lugar se instalan distintos tipos de vendedores para ofrecer diversos productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios. Aquí el mercado es un lugar físico

El objetivo del estudio de mercado es definir la cantidad y calidad de individuos, empresas o entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, demandan y justifican la puesta en marcha de un programa de producción de productos o servicios, en un periodo dado, calidad o especificaciones y precio que los clientes o consumidores están dispuestos a pagar.

El estudio de mercado determina las condiciones de venta, volúmenes, factores, estructura comercial, productos e incluye localización, competencia, centros de consumo, ambiente, condiciones y resultados esperados. Su importancia radica en la creación de una base para la toma de decisiones de realizar la inversión, proporciona información para la investigación de mercados, tamaño, localización, aspectos económicos, estudio financiero, evaluación, organización, gerencia, construcción y operación del proyecto.

#### ***1.2.5.2 Estudio técnico.***

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración (**Montes, 2014**). Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada.

También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita

pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado se realiza la estructura de costos de los activos.

El objetivo del estudio es diseñar la unidad de producción de un determinado bien o servicios para implementar un Proyecto de manera eficiente, eficaz y efectiva. Se estudia los talentos humanos, la planta, equipos, recursos materiales, financieros y técnicos, funcionamiento y proceso; se estudia la tecnología, equipos, recursos técnicos, funcionamiento y proceso de operación (**Montes, 2014**). El estudio técnico aporta información valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos de una unidad económica, tecnología, costos de inversión, costos y gastos de producción, programa de producción, tiempo, recursos, previsiones, ambiente ecológico, entre otros.

#### *1.2.5.3 Estudio administrativo-legal.*

La búsqueda de la viabilidad administrativa y legal de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes representa un aspecto importante (**Montes, 2014**). La estructura administrativa idónea, incrementa las probabilidades de éxito a través de una gestión eficiente.

#### *1.2.5.4 Estudio económico financiero.*

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales (**Montes, 2014**). La evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor, dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

El proyecto se financia con recursos propios, accionistas, o empresa ejecutora y si fuera necesario con recursos financieros provenientes de créditos del sistema bancario (préstamos), o con obligaciones de corto plazo (proveedores, créditos comerciales), y de largo plazo (créditos documentales).

## CAPÍTULO III

### 2 MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Tipo y diseño de la investigación

Una vez descubierto el problema, se delimitan los objetivos, que están encaminados a la investigación, la misma que crea enigmas, cuyas respuestas están regidas a un estudio y su alcance revelara toda la información obtenida. Es significativo optar por técnicas y métodos que proporcionen todo el valor requerido a la información.

##### 2.1.1 Modalidad de investigación

Para la presente investigación se aplicó las siguientes modalidades:

- Investigación de campo: Es una investigación de campo debido a que se realizó encuestas a la muestra de los profesionales de la ciudad de Riobamba que prefieren comida rápida y también mediante la ficha de observación directa en varios establecimientos que son competencia directa e indirecta.
- Investigación documental bibliográfica: Es una investigación documental bibliográfica ya que por medio de libros, revistas, publicaciones e internet se ha logrado sustentar la fundamentación teórica.
- Investigación Analítica: Es una investigación analítica debido al análisis e interpretación de la encuesta y la ficha de observación directa que se ha realizado para interpretar los resultados.

#### 2.2 Técnicas de recolección de datos

La información recolectada se estableció mediante un procedimiento de encuestas, para la obtención de resultados óptimos y confidenciales, las mismas describieron una constancia de preguntas acerca del perfil del consumidor, con la finalidad de identificar la aceptación del producto, que se va a ofrecer y conocer la competencia que rodea al sector; se dirigió hacia una muestra de personas seleccionadas, que representan a la población en general.

### **2.2.1 Encuesta**

La información lograda se construyó a través de un proceso de encuestas, que proporcionó la recolección de datos facilitando, un efecto propicio que permitió continuar con el banco de preguntas ya determinadas hacia el perfil del consumidor, con afinidad a la aceptabilidad de cada platillo que ofrecerá en el establecimiento; se efectuó un sondeo para comprobar la ubicación adecuada y considerando al sector un punto favorable, para ver si hay rentabilidad, e inspeccionar a la competitividad de la zona, ya que estará dirigida a la población en general.

## **2.3 Fuentes de investigación**

Este proyecto de emprendimiento cuenta con dos fuentes de investigación que son:

### **2.3.1 Fuentes primarias**

La información de este proyecto constituye los resultados obtenidos de la aplicación de encuestas que permitan determinar la factibilidad del restaurante de comida rápida saludable, obteniendo información individual de los criterios de las personas de la ciudad de Riobamba.

### **2.3.2 Fuentes secundarias**

Se tomó información de textos, artículos de revistas, varios documentos que permita tener mejores resultados y los datos estadísticos del INEC para contar con información confiable.

## **2.4 Universo**

El universo de investigación de este proyecto de emprendimiento comprende 24.500 que corresponde a la población económicamente activa profesionales de la ciudad de Riobamba, de acuerdo al último censo de población y vivienda INEC 2014.

## 2.5 Muestra

Para la aplicación de la fórmula de la línea recta, la muestra está unida al universo, su característica es que toma una cierta cantidad menor de personas en la que se abrirá la investigación, para obtener los datos precisos, se procedió aplicar 138 encuestas en el Cantón Riobamba.

DONDE.

n= Tamaño

N= Total población (89.925) habitantes

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

P= Probabilidad de éxito 90% (0,90)

Q= Probabilidad de fracaso (0,10)

E= Error dispuesto a cometer (0,05)

$$n = \frac{(Z)^2 P Q N}{(N)e^2 + Z^2 P Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,90)(0,10)(89,925)}{(89,925)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,90)(0,10)}$$

$$n = \frac{38416 (8,09325)}{(89,925)(0,0025) + (38416)(0,09)}$$

$$n = 138 \text{ encuestas}$$

## 2.6 Estratificación

138 encuestas se dividen en las 5 parroquias urbanas del cantón Riobamba.

- Lizarzaburu: 29.
- Velasco: 29.
- Orozco: 29.
- Maldonado: 29.
- Yaruquies: 22.

## **2.7 Tabulación y análisis de resultados**

El análisis de las encuestas es el elemento principal para continuar con el desarrollo del proyecto, se procedió a analizar cada pregunta que se encuentran en la encuesta para ello existe un grupo de personas que tienen el interés de probar nuevos productos que permita conocer las diferentes necesidades, gustos y preferencias de cada persona para poder cumplir las expectativas que esperan los consumidores que se brinden en el establecimiento, también se obtendrá información sobre la economía que se maneja en esta zona.

### CAPÍTULO III

#### 3 MARCO DE RESULTADOS

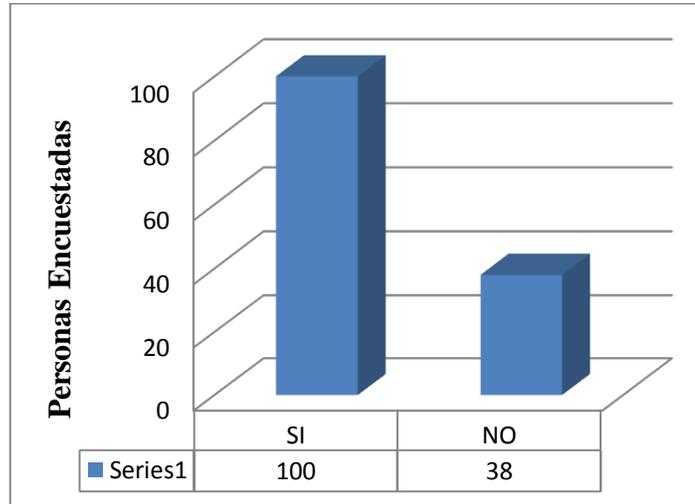
##### 1. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un restaurante de comida Saludable, en el Cantón Riobamba?

**Tabla 1-3:** Implementación de un restaurante de comida saludable

SI	NO	N° de encuestados
100	38	138
72%	28%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 1-3:** Implementación de un restaurante de comida saludable

Realizado por: Elvis Jaramillo

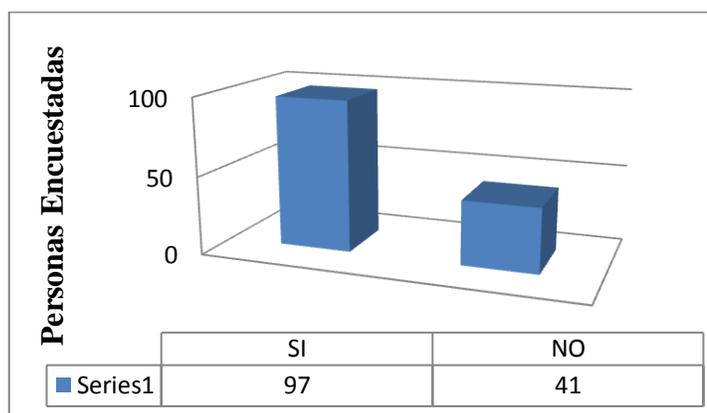
**Análisis descriptivo e interpretativo.** - Según los datos se identificaron que un 72% de personas encuestadas están de acuerdo con la implementación del restaurante, mientras que el 28% no está de acuerdo, por lo tanto, es una oportunidad de ubicar el restaurante, para que degusten nuevos platillos con distintos sabores, además de esta manera se estaría aportando a la población en salud.

2. ¿Si se llegara a implementar el restaurante usted estaría dispuesto a visitar?

**Tabla 2-3:** Si se llegará a implementar visitaría el restaurante

SI	NO	N° de encuestados
97	41	138
70%	30%	100%

Fuente: Encuesta  
Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 2-3:** Si se llegará a implementar visitaría el restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - Con los datos obtenidos se observa que el 70% de las personas encuestadas visitarían el restaurante, el 30% no lo haría, es factible brindar el servicio de alimentación, a través de un producto de calidad, menú variado, precio accesible, aplicar buenas prácticas de manufactura, y superar expectativas del cliente en gustos y preferencias con un servicio eficiente.

3. Al seleccionar un restaurante. ¿Qué aspectos usted toma en cuenta?

Tabla 3-3: Aspectos que toma en cuenta al seleccionar un restaurante

Tipo de comida que brinda	Comodidad	Precio	Espacio de parqueo	Horario de atención	N° de encuestados
50	25	28	20	15	138
36%	18%	20%	14%	11%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo

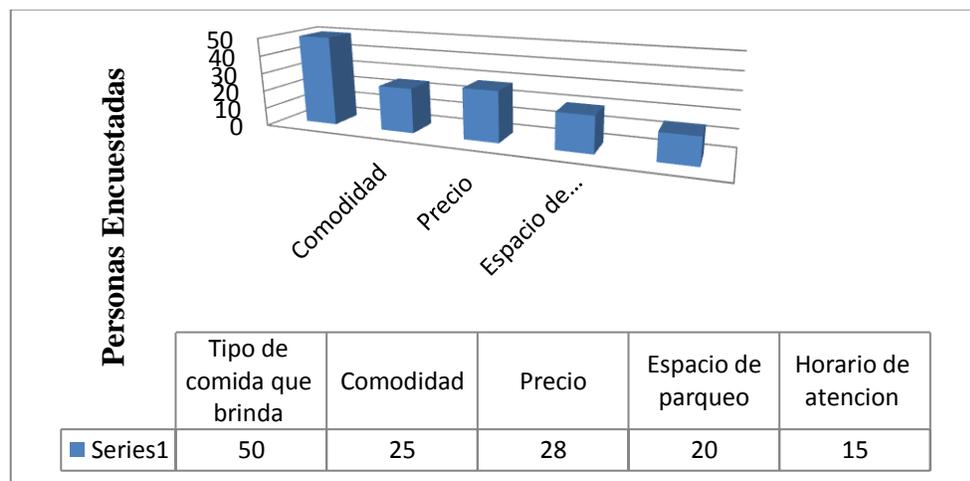


Gráfico 3-3: Aspectos que toma en cuenta al seleccionar un restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.-** Según los datos obtenidos se comprendió que las personas al ingresar al restaurante se orientan, en el tipo de comida que brinda con un 36%, precio con un 20%, comodidad 18%, espacio de parqueo 14% y horario de atención con un 11%, representa poner más atención en la comida que se va a ofrecer, cumplir los estándares de calidad, un precio accesible al bolsillo de todos, con la debida comodidad para que el cliente se sienta satisfecho en un lugar agradable y confortable, contar con un espacio de parqueo para la seguridad y tranquilidad, tener un horario flexible de acuerdo a la disponibilidad del cliente.

4. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que le ofrezca el restaurante?

Tabla 4-3: Tipo de servicio que le ofrezca el restaurante

Servicio a la carta	Tipo buffet	N° de encuestados
109	29	138
79%	21%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo

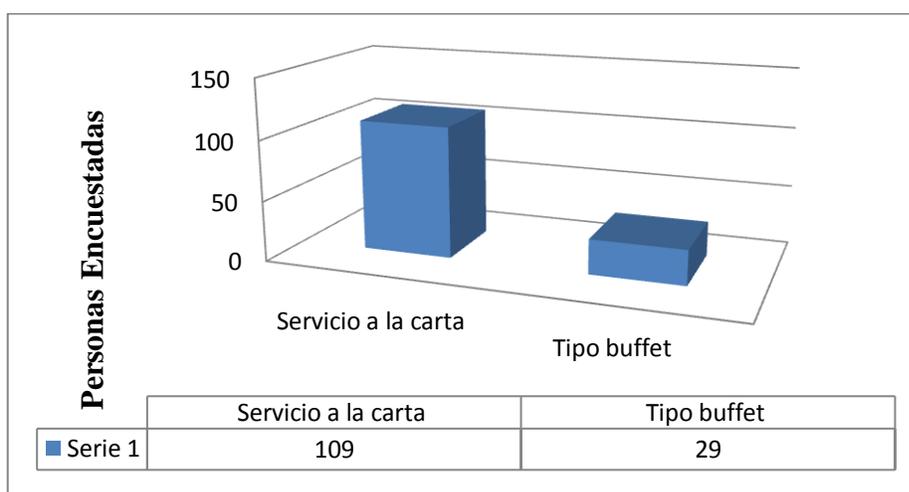


Gráfico 4-3: Tipo de servicio que le ofrezca el Restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - De las personas encuestadas se pudo observar que el 79% desean que se ofrezca un servicio a la carta, mientras que el 21% tipo buffet, lo que requiere que debemos brindar un servicio de calidad personalizado para cada persona, de manera óptima, eficiente, tener la amabilidad, cortesía en un buen trato para el cliente. Y así garantizar que el cliente regrese al establecimiento y realice la publicidad de “boca en boca”.

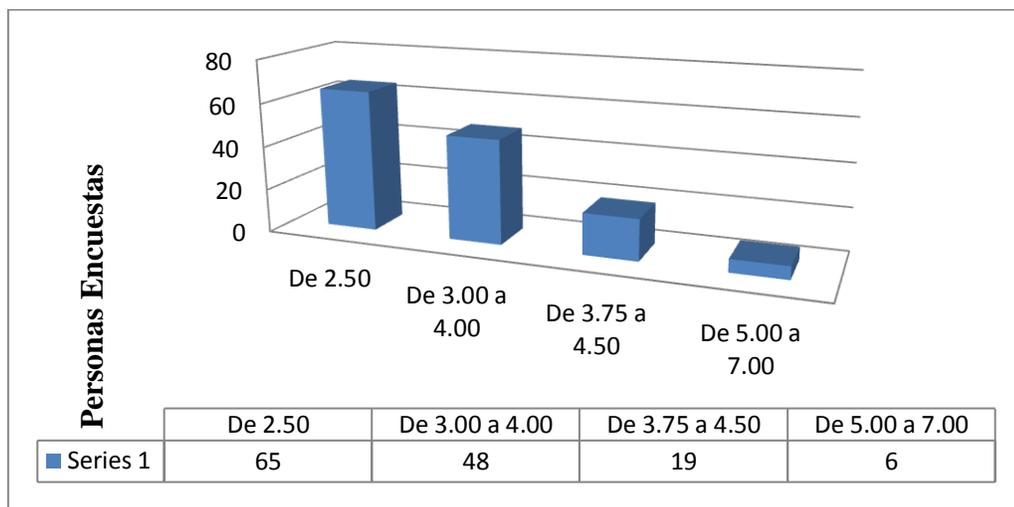
**5. En promedio ¿Cuál es el consumo en dólares que usted estaría dispuesto a realizar en el restaurante?**

**Tabla 5-3:** Consumo en dólares que usted estaría dispuesto a realizar en el restaurante.

De 2.50	De 3.00 a 4.00	De 3.75 a 4.50	De 5.00 a 7.00	N° de encuestados
65	48	19	6	138
47%	35%	14%	4%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 5-3:** Consumo en dólares que usted estaría dispuesto a realizar en el restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - Las personas encuestadas estuvieron dispuestas a cancelar de \$ 2.50 con un 47%, de \$3.00 a 4.00 con un 35% de \$3.75 a 4.50 con un 14% y finalmente de \$5.00 a 7.00 con un 4% lo que indica que como establecimiento debe brindar platos desde 2. 50 ya que es un precio base y rentable para ofrecer nuestros productos y la estandarización de recetas de acuerdo a las preparaciones de cada plato.

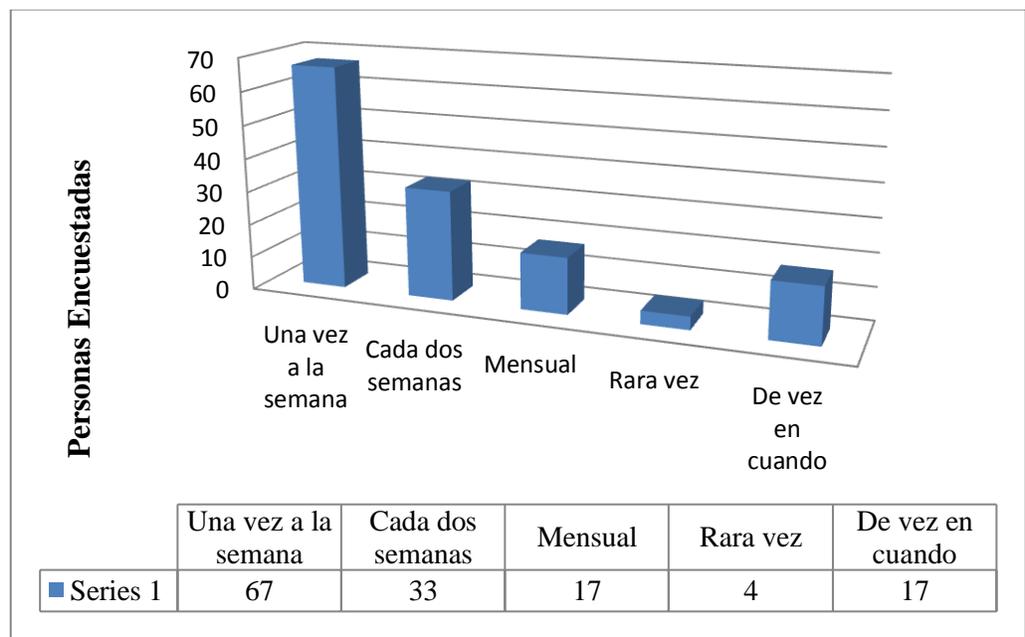
6. ¿Cuál es la frecuencia con la que usted visitaría el restaurante?

**Tabla 6-3:** Frecuencia con la que usted visitaría el restaurante.

Una vez a la semana	Cada dos semanas	Mensual	Rara vez	De vez en cuando	N° de encuestas
67	33	17	4	17	138
49%	24%	12%	3%	12%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 6-3:** Frecuencia con la que usted visitaría el Restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - De acuerdo a las personas encuestadas se equilibró que un 49% de las personas van a visitar una vez a la semana, cada dos semanas con un 24%, mensual 12% rara vez 3%, de vez en cuando 12% estos parámetros nos facilita tener en cuenta la frecuencia de los clientes para tener una idea de identificar a los posibles clientes potenciales y así ofrecer variedades de platos en el menú establecido por el establecimiento.

7. De los siguientes enunciados con ¿Cuál de ellos le gustaría que se identifique el restaurante?

Tabla 7-3: Enunciado que le gustaría que se identifique el restaurante.

Comida Saludable de buen sabor.	Mmm.. Que rico, disfruta la receta perfecta.	Venid a mí y saciades sus antojos.	N° de encuestados
93	25	20	138
67%	18%	14%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo

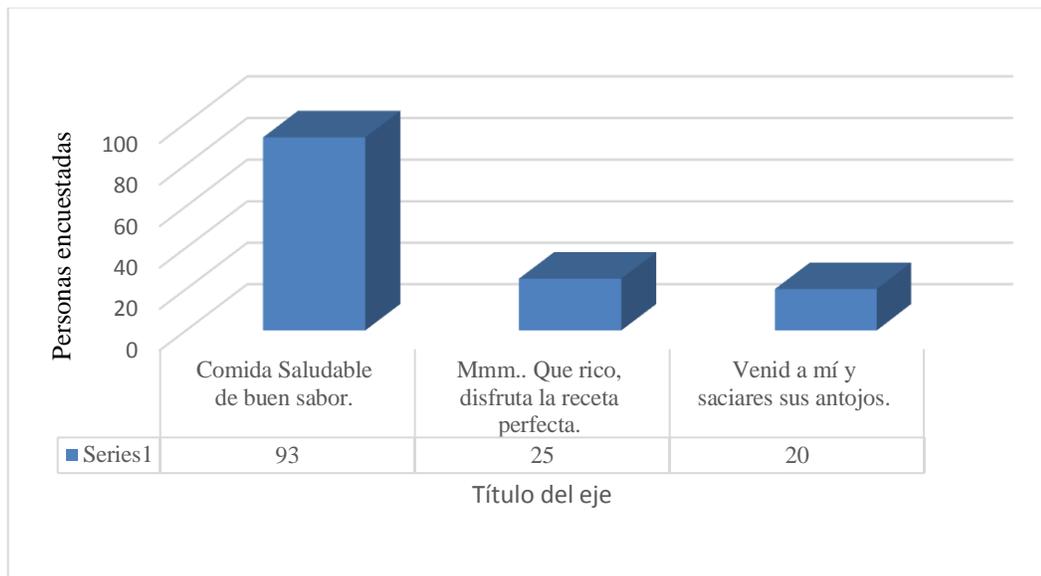


Gráfico 7-3: Enunciado que le gustaría que se identifique el Restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - Según los datos obtenidos se concluyó que el 67% optan por Comida Saludable de buen sabor, mmm... que rico disfruta la receta perfecta 18%, Venid a mí y saciare sus antojos con un 14%, lo que provee que las personas recuerden con gran facilidad el nombre, se familiariza con el establecimiento del servicio que ofrece, además con la infraestructura que va a brindar y la temática que tendrá el establecimiento.

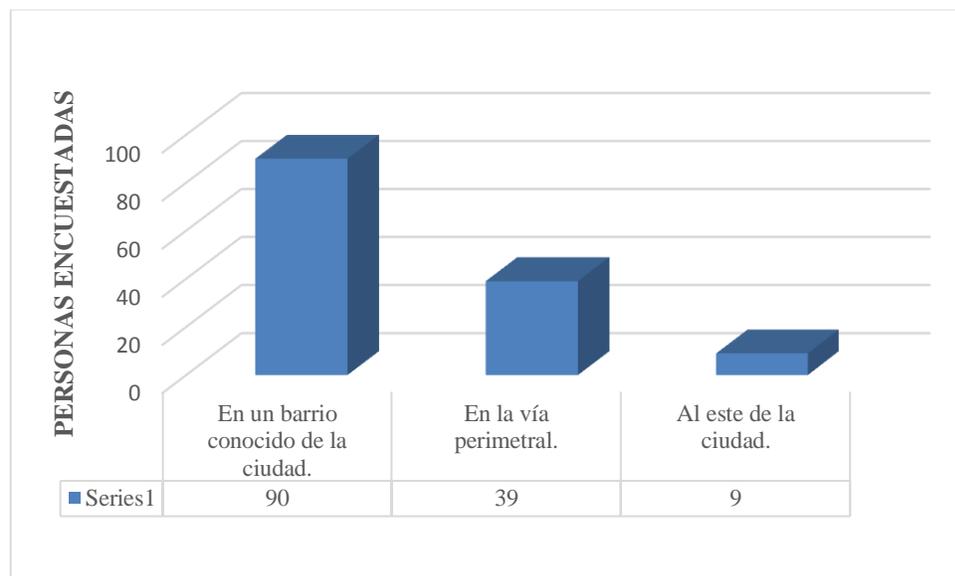
8. ¿En qué lugar prefiere, la ubicación del establecimiento?

**Tabla 8-3:** Lugar de la ubicación del establecimiento

En un barrio conocido de la ciudad.	En la vía perimetral.	Al este de la ciudad.	N° de encuestados
90	39	9	138
65%	28%	7%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 8-3:** Lugar de la ubicación del establecimiento

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.-** Dados los resultados de las personas encuestadas manifestaron que la ubicación del establecimiento, es en un barrio conocido de la ciudad con un 65% porque cuenta con vías de acceso óptimo para clientes y proveedores, es un lugar más transcurrido por las personas, con centros comerciales, seguido de un 28% en la vía perimetral que abarca una vía grande con facilidades para el transporte y comercialización, finalmente con un 7% al este de la ciudad que no tiene acceso de facilidad ni la afluencia de personas.

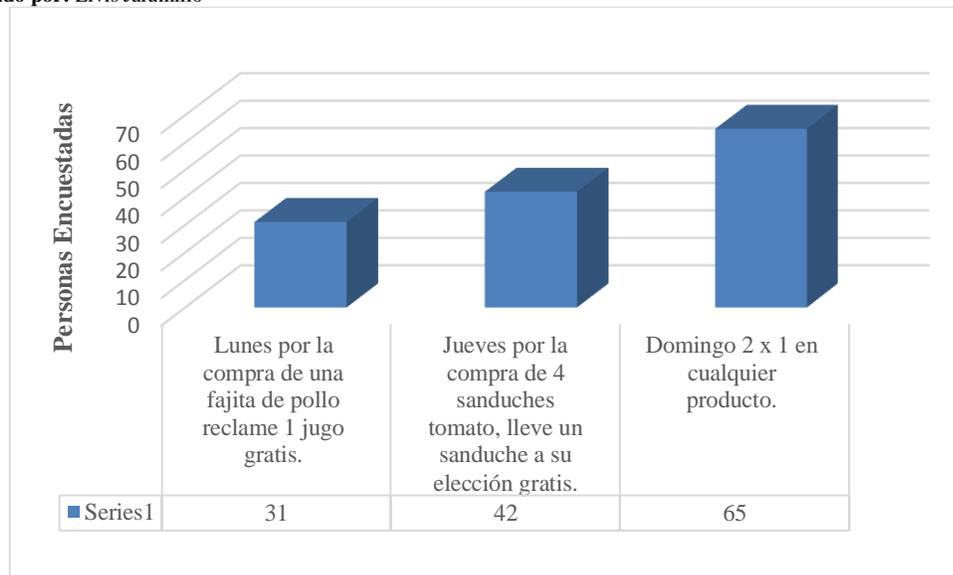
**9. De las siguientes promociones. ¿Cuál de ellas le gustaría que se efectúe?**

**Tabla 9-3:** Promociones que le gustaría que se efectúe.

Lunes por la compra de una fajita de pollo reclame 1 jugo gratis.	Jueves por la compra de 4 sandwiches tomato, lleve un sandwich a su elección gratis.	Domingo 2 x 1 en cualquier producto.	Nº de encuestados
31	42	65	138
22%	30%	47%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 9-3:** Promociones que le gustaría que se efectúe

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.-** Con relación a las promociones que brindara el establecimiento, a los clientes un 47% está de acuerdo con recibir el domingo 2 x 1 en cualquier producto ya que es un día que disfrutan con la familia, comparte con amigos, mientras que el 30% se inclina por los jueves por la compra de 4 sandwiches tomato, lleve un sandwich a su elección gratis, por hacer este pedido para una familia lo puede aprovechar y el 22% manifestó que les gustaría recibir el lunes por la compra de una fajita de pollo reclame 1 jugo gratis; lo que indica que cada parámetro no es tan lejano al otro, que las promociones expuestas por el establecimiento, están en la aceptación por las personas y posibles clientes.

10. ¿Qué medios de comunicación usted prefiere para informarse sobre restaurantes típicos?

Tabla 10-3: Medios de comunicación que prefiere para informarse.

Televisión	Redes sociales	Tarjetas de presentaciones	Afiches		Página Web	N° de encuestas
67	49	8	5		9	138
49%	36%	6%	4%		7%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo

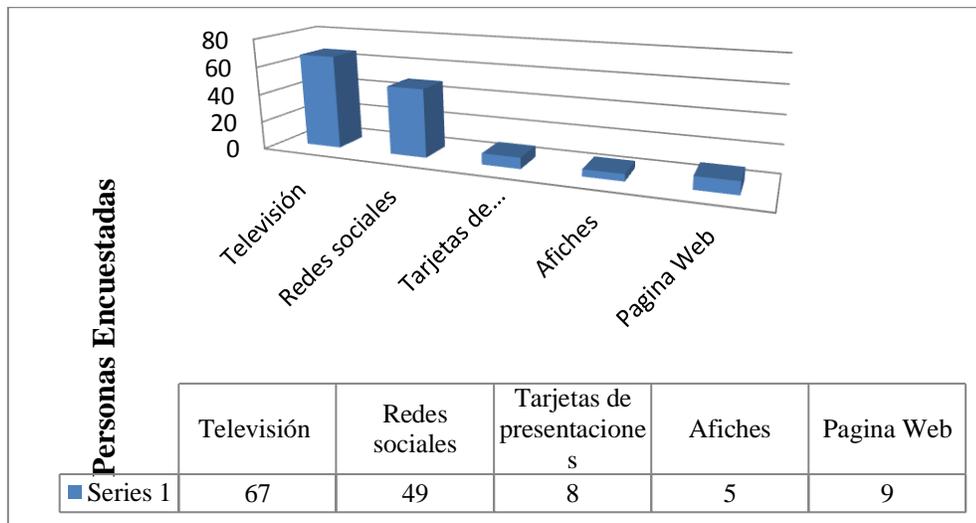


Gráfico 210-3: Medios de Comunicación que prefiere para informarse

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.-** Con respecto a los medios de comunicación en el que prefiere informarse la mayoría de las personas eligen el 49% en la televisión, es un medio de difusión que todas las personas lo observan, se informan sin ningún costo, seguidamente de las redes sociales con un 36% que hoy en día son las más utilizadas por las personas, conjuntamente las tarjetas de presentación con un 6% que lo utilizan para informarse, posteriormente de afiches con 4% que ya no tiene un mayor realce en su costo, finalmente tenemos a la Página web 7% lo cubriría a un pequeño grupo de personas, pero no muy recomendable para que se informe las personas acerca del establecimiento.

11. ¿Qué tipos de servicios le gustaría que le ofrezca el restaurante?

Tabla 11-3: Tipos de servicios que le ofrezca el restaurante

Ambiente agradable	Juegos infantiles	Variedad de platos	Atención al cliente	Todas las anteriores	N° de encuestas
33	9	14	12	70	138
24%	7%	10%	9%	51%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo

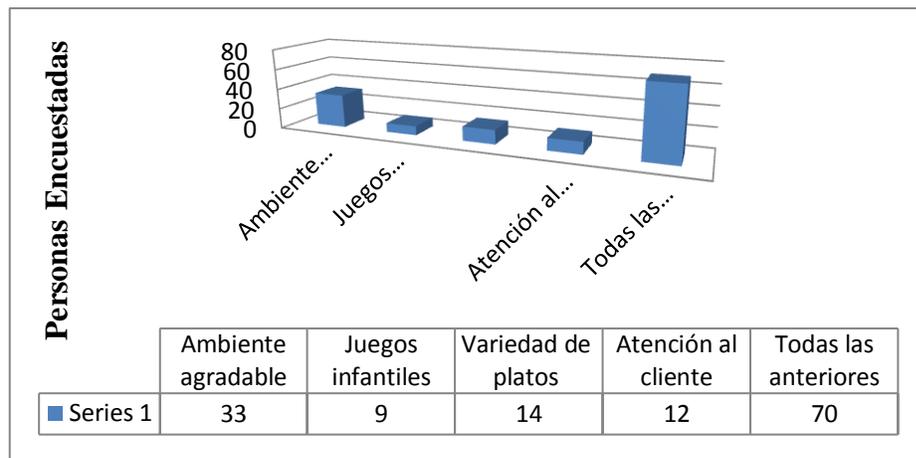


Gráfico 11-3: Tipos de servicios que le ofrezca en Restaurante

Realizado por: Elvis Jaramillo

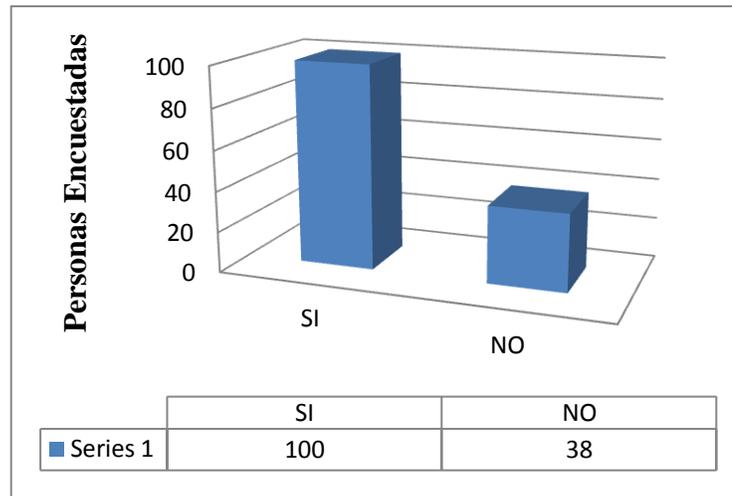
**Análisis descriptivo e interpretativo.-** Los datos adquiridos se concluyó que los parámetros establecidos la mayoría de las personas prefieren que el ambiente sea agradable 24%, cuenta con todas las facilidades e instalaciones apropiadas, además los juegos infantiles el 7%, para la recreación de los niños en un ambiente favorable, con la debida variedad de platos del 10% para degustar nuevos sabores, opción de elegir diferentes platos con distintas combinación de colores, texturas volumen, simetría y la respectiva presentación, otro aspecto que sobresale es la atención al cliente en un 9% que es un factor importante ya que por medio de ello vendemos nuestro producto, para lo cual debe ser óptimo y de calidad garantizando el regreso de un cliente satisfecho y crecimiento de consumidores recomendados, finalmente el 51% de todas las anteriores, es decir es un complemento de todos los tipos de servicios que le gustaría que ofrezca el restaurante para satisfacer las necesidades de los clientes.

**12. ¿Usted conoce establecimientos que presten el servicio de Comida Saludable en el Cantón Riobamba?**

**Tabla 12-3:** Conocimiento de un establecimiento similar.

SI	NO	N° de encuestados
100	38	138
72%	28%	100%

Fuente: Encuesta  
Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 12-3:** Conocimiento de un establecimiento similar

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - De los datos adquiridos se observa el 72% de los encuestados, si conoce establecimiento que brinden estos servicios de Comida Saludable y el 28% no lo conoce. El consumo de los alimentos es de manera frecuente especialmente los fines de semana, en familia, la especialidad de platos típicos con nuevos sabores, olores y texturas, con la aplicación de técnicas ancestrales, ayudó a tener una aceptación en el mercado y ofrecer este servicio de alimentación.

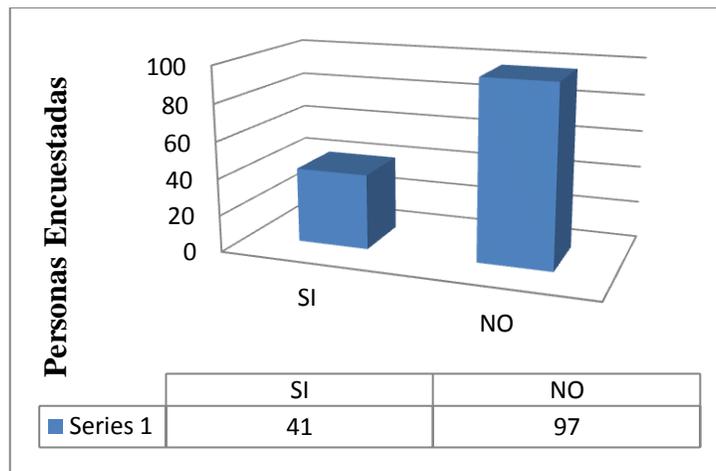
**13. ¿Usted se siente satisfecho con los servicios ofertados por estos establecimientos?**

**Tabla 13-3:** Se siente satisfecho con los servicios ofertados

SI	NO	N° de encuestados
41	97	138
30%	70%	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 13-3:** Se siente satisfecho con los servicios ofertados

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis descriptivo e interpretativo.** - Se concluyó, el 70% de los encuestados no se encuentran satisfechos con los servicios que le brindan establecimientos similares, mientras que el 30% está de acuerdo con los mismos porque se han acostumbrado y mantienen la fidelidad a ciertos establecimientos.

## CAPÍTULO IV

### 4 PROPUESTA

Emprendedor se refiere a la persona que está dispuesta a una oportunidad, con la aplicación de recursos necesarios para un proyecto conjuntamente con la iniciativa de asumir nuevos retos, además con la capacidad de innovar, planificar, liderar, organizar, cada etapa de un negocio, con un fin de solucionar problemas y orientarse hacia el éxito; conservando una manera positiva. Tienen la firme certeza de que el negocio vaya creciendo, prospere y se desarrolle con nuevas ideas siempre con la motivación a sí mismo, constancia y la habilidad para transformarlo a la realidad, además debe poseer un espíritu emprendedor que garantice su alto nivel de confianza, para rivalizar los productos y servicios en el mercado con nuevas tendencias de originalidad. Un emprendedor debe desarrollarse en un ambiente de armonía, buena comunicación, similitud de ideas, asumir riesgos, mantenerse informado para estar dispuesto a los cambios que se da constantemente en el mundo de marketing con el avance radical de la tecnología, asimismo debe utilizar estrategias que le ayuden a vender su producto y precisamente posesionarse en el mercado de una manera eficiente cumpliendo con los estándares de calidad, normas de higiene, sanidad, con la visión de superar las expectativas, gustos y preferencias de los consumidores con el aporte de brindar un valor agregado.

El talento de un emprendedor ayuda a la economía de un país, ya que por medio de él genera un intercambio de bienes y servicios en el entorno en el que se desenvuelve, brinda la oportunidad de nuevos horizontes para cruzar los paradigmas a través de una fuente de trabajo ya que al poner en marcha su idea hay reciprocidad, entre el empleador y sus empleados al proponer una mejor supervivencia, adaptándose a la innovación en las temáticas que deseen implementar en su negocio, con la elaboración de recetas y menús óptimos, para la sociedad que se beneficien de una manera adecuada y saludable, con productos nutritivos. Al mismo tiempo se da una competitividad en el mercado, logrando afianzar precios para la comodidad de las personas y al alcance de todos, consiguiendo progresar a la empresa para brindar un excelente servicio, satisfacer las necesidades de los clientes, renovando sus aspectos corporativos, infraestructura y las finanzas.

## **4.1 Identificación de la idea**

La investigación a desarrollarse es para comprobar el grado de innovación, su valor agregado que se aplicara en el emprendimiento, está dirigido para satisfacer las necesidades de todas las personas del sector, ofreciendo un establecimiento con todos los servicios y comodidades para el cliente, que disfrute de un momento inolvidable a través de la Comida Saludable y un servicio personalizado.

### **4.1.1 Justificación**

En países como el nuestro hay gran oferta de productos naturales e incluso orgánicos que pueden ser parte de la materia prima utilizada en la preparación de menús saludables y de rápida preparación para saciar la necesidad de alimentarse bien de las personas que no tiene mucho tiempo.

Las alimentaciones a través de sus componentes determinan el nivel de nutrición que poseen y que es indispensable para el desarrollo de una persona de acuerdo a su edad, sin embargo, esto no se lo realiza de forma técnica, de allí la importancia de promover la comida rápida saludable.

El presente proyecto busca brindar alternativas de menús saludables en preparación rápida, generando una alta rotación de clientes, de esa manera generar fuentes de trabajo, mejorar las condiciones de vida e inyectar economía en la ciudad de Riobamba.

Al comer no solo se debe saciar el apetito se debe contribuir al organismo nutrientes que son sustancias que requiere el cuerpo humano para cumplir sus funciones, (Benalcazar, 2013). La alimentación del tipo que sea debe satisfacer las necesidades energéticas, mantenimiento y crecimiento de nuestras estructuras corporales y regulación de los procesos vitales para un buen funcionamiento del organismo.

El proyecto se ampara en la Constitución del Ecuador en el Artículo. 13 dice “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos,

suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria” y en la Ley Orgánica de la Salud, en su Art. 4 determina “La autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud; así como la responsabilidad de la aplicación, control y vigilancia del cumplimiento de esta Ley; y, las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias”.

El proyecto de emprendimiento propone la creación de un restaurante que elabore y comercialice comida rápida que incluya nutrientes esenciales que contribuyan a la salud de los consumidores, aspecto que se logrará con la utilización de frutas, vegetales y hortalizas orgánicas y la aplicación de los conocimientos teóricos y prácticos en varias áreas adquiridos durante los años de formación en la Escuela de Gastronomía, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

La creación del mismo ayudará a la satisfacción de los clientes que prefieren este tipo de alimentos, pero están en desacuerdo con los ingredientes que utilizan generalmente como es la carne rica en grasa, granos refinados, azúcar y vegetales contaminados con químicos; con la propuesta tendrán la posibilidad de escoger entre menús reformados en los que se utilizan frutas, vegetales y hortalizas orgánicos aplicando procesos de elaboración basados en normas de calidad e higiene, con un diseño diferenciado en la localidad que brinda un ambiente orgánico.

#### **4.2 Nombre del emprendimiento**

En el siguiente cuadro se facilitará información adecuada para crear un nombre que se establecerá en la empresa.

**Tabla 1-4:** Nombre del Emprendimiento

	<b>Fácil de recordar</b>	<b>Afectividad</b>	<b>Originalidad</b>	<b>Total</b>
<b>Las delicias Saludables.</b>	4	3	4	11
<b>Gastro ecuatoriana.</b>	5	5	3	13
<b>Restaurant “Tomato”</b>	5	5	5	15

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

Restaurant “Tomato”, se refiere a un término que se familiariza en la mente del cliente, además es fácil de recordar, de manera que es un nombre que se destacó con un alto puntaje por su emoción, también se basa en su originalidad de poseer un nombre propio, único que se desenvolverá en el mercado para satisfacer las necesidades del cliente. En el siguiente cuadro se facilitará información adecuada para crear un nombre que se establecerá en la empresa.

#### **4.2.1 Descripción del emprendimiento**

El Restaurant “Tomato”, se basa especialmente en Comida Saludable, orientada a los platos con genealogía muy específica, excelente que se expanden a efectuar con repetición en un lugar, la gastronomía de la sierra, ofrece una gran diversidad de ingredientes de calidad, que aportan nutrientes, diferentes sabores para satisfacer, paladares exigentes se dirige para toda clase de clientes que establecen altos estándares de calidad a precios accesibles. (Usca Tiuquina , 2013)

Un plato típico se constituye por la comida y bebida que representa el gusto particular de un cliente, comunidad, región o provincia que contiene diferentes ingredientes, los mismos deben ser elaborados o cultivados en el sector o a su vez son ingredientes que identifican a sus habitantes. Los siguientes platos se caracterizan por ser el plato más representativo de cada provincia de la sierra ecuatoriana. (Usca Tiuquina , 2013)

##### **4.2.1.1 Misión**

“Restaurant “Tomato”, es una empresa que brinda el servicio de restauración brinda comida saludable con productos de calidad de la gastronomía para satisfacer un paladar exigente del cliente, con el fin de posesionarse en el mercado”.

#### 4.2.1.2 *Visión*

“Alcanzar un alto reconocimiento en la gastronomía local por ser un restaurante, que brinda productos saludables y de calidad aplicando las normas de higiene, excelente atención al cliente, enfocados a complacer las necesidades de las personas, con un buen gusto y el amor al trabajo”.

#### 4.2.1.3 *Políticas*

- Contratar personal calificado.
- Ejecutar entrenamientos, para el excelente desempeño de todos los obreros en sus presentes y futuros cargos.
- Concientización a los empleados sobre el prejuicio de la contaminación.

#### 4.2.1.4 *Estrategias*

- Reclutamiento del personal manteniendo una buena comunicación.
- Capacitación en la inducción del personal.
- Buscar proveedores agrícolas, que no trabajen con insecticidas.
- Incentivar a los empleados mediante una confianza respetuosa a su trabajo, que se alcanza ver manifestada en un fin monetario.
- Crear un ambiente laboral cómodo para los empleados.
- Establecer un compromiso, poniéndose la camiseta de la empresa para brindar un buen servicio y atención amable.
- Capacitaciones sobre el impacto ambiental.
- Implementación de un programa de las 3 R: Reducir, Reciclar, Reutilizar.
- Colocación de basureros plásticos para la clasificación de la basura.

#### 4.2.1.5 *Valores y principios*

##### **De trabajo**

- Vocación por el trabajo
- Responsable

- Integridad
- Trabajo en equipo
- Liderazgo

**Axiológicos**

- Comprometido
- Amigable
- Leal
- Respetoso
- Honesto

**4.2.2 Aplicación del FODA**

**Tabla 2-4:** Aplicación del FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal calificado</li> <li>• Tecnología de punta</li> <li>• Recetas únicas estandarizadas</li> <li>• Ubicación estratégica</li> <li>• Productos nutritivos y saludables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No contar con un establecimiento propio.</li> <li>• Poca afluencia de los clientes</li> <li>• No contar con el presupuesto adecuado</li> <li>• Falta de experiencia para la atención al cliente.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de comercialización en bares de escuelas y colegios del sector públicos y privados.</li> <li>• El gobierno está implementando nuevos programas de capacitación de alimentación.</li> <li>• Implementar otras fuentes productivas con los pequeños productores para la venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas independientes a la comida rápida</li> <li>• Alto índice de costo en el impuesto</li> <li>• Bajo costo de producción y venta.</li> <li>• Creación de un restaurante nuevo con la idea.</li> <li>• Cambios climáticos que afecten la venta del establecimiento.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercializar el servicio de alimentación con empresas públicas.</li> <li>• Facilidad para un financiamiento de una empresa bancaria</li> <li>• Incremento de las personas que habitan en el entorno.</li> </ul>	
---	--

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

El siguiente cuadro brinda la información óptima, con los factores internos y externo de la empresa de la cual ayudo, hacer frente a la competitividad para aprovechar oportunidades y resolver problemas.

### 4.3 Estudio de mercado

Para el desarrollo de este proyecto es importante continuar con el estudio de mercado, ya que proporciona resultados que permite evaluar, identificar la demanda de los posibles clientes, establecer el perfil del cliente, en una zona agradable para la ubicación del establecimiento, conocer el nivel de aceptabilidad de los productos por parte de los consumidores, implementar estrategias para ofrecer el menú, es decir en este punto se toma la decisión de continuar con el emprendimiento, además se conoce la viabilidad del proyecto a través de variables y así lograr que sea rentable.

**Tabla 3-4: Población**

<b>POBLACIÓN: Sector urbano de cantón Riobamba</b>	
<b><math>PO(1+i)^{ANO}</math></b>	156.723
<b>PO=</b>	156.723
<b>i=</b>	2.65% (0.0265)

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

### 4.3.1 Demanda

En el País es de manera cotidiana salir a comer los fines de semana en establecimientos, también en ocasiones especiales se contrata a un establecimiento que brinde las facilidades de seleccionar un menú de alimentos y bebidas para dicha ocasión, entre otros.

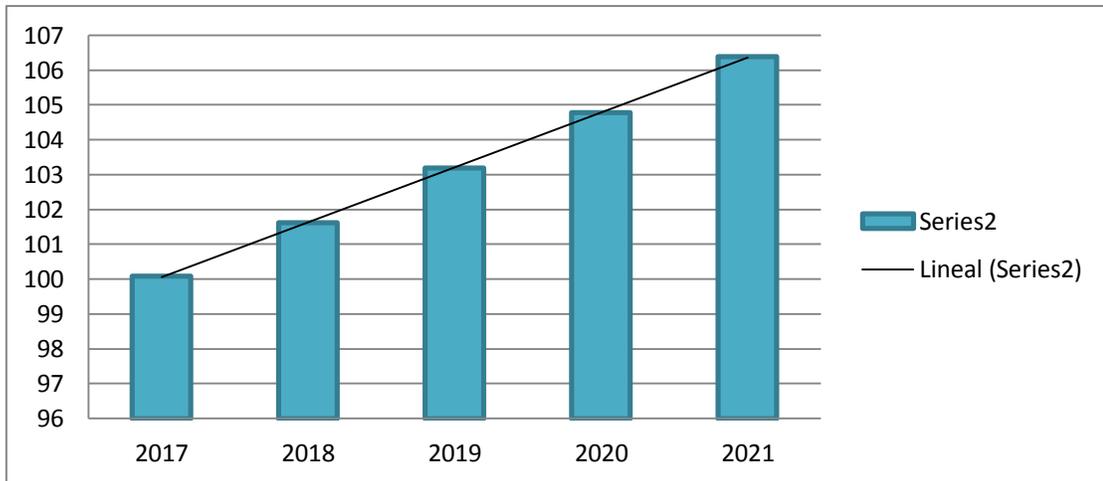
Además está un boom del crecimiento de comida rápida por la cual se ha aumentado enfermedades, es por ende que se ha visto la oportunidad de esta situación y aprovechar para ofrecer nuestros productos de Comida Saludable para todas las personas a cualquier hora del día. Se aplicaron los datos del índice de crecimiento poblacional a través del método de la línea recta.

**Tabla 4-4:** Análisis del crecimiento Poblacional

N°	AÑOS	POBLACIÓN	i	CRECIMIENTO POBLACIONAL
0	2010	156.723	0.0265	156.723
1	2011	156.723	0.0265	158
2	2012	156.723	0.0265	159
3	2013	156.723	0.0265	160
4	2014	156.723	0.0265	171
5	2015	156.723	0.0265	172
6	2016	156.723	0.0265	173
7	2017	156.723	0.0265	174
8	2018	156.723	0.0265	175
9	2019	156.723	0.0265	176
10	2020	156.723	0.0265	177
11	2021	156.723	0.0265	178

Fuente: (INEC, 2010)

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 1-4:** Análisis del crecimiento poblacional

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

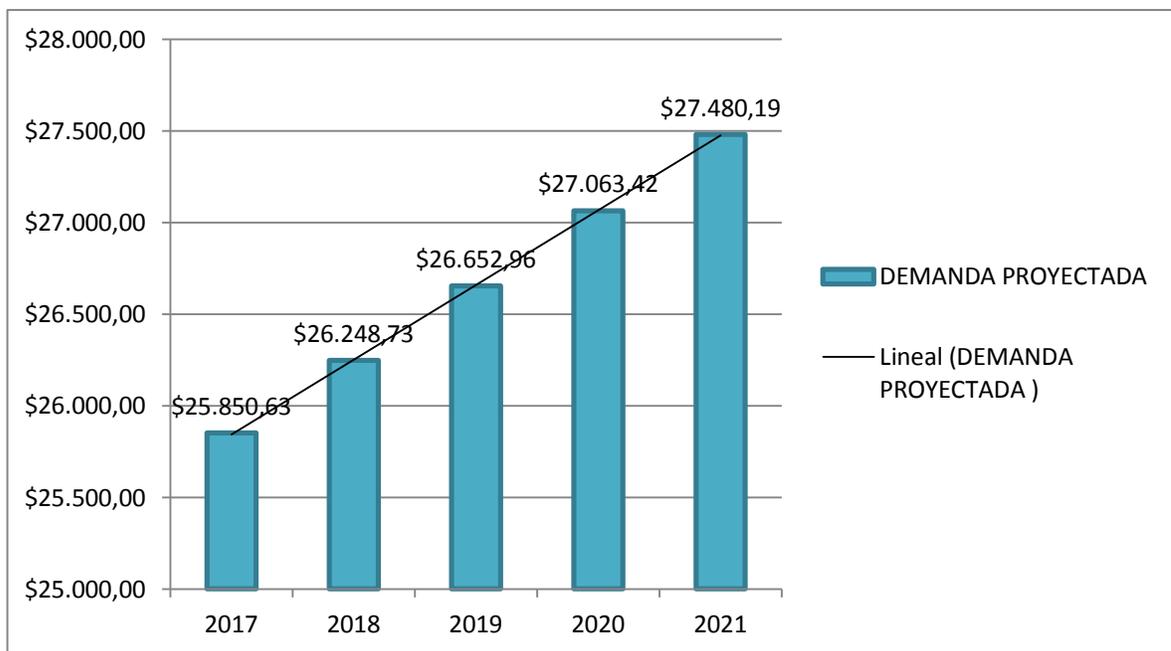
**Análisis.-** Según datos del INEC, de la población actual del sector urbano del cantón Riobamba la misma cuenta con 156.723 habitantes, lo cual debemos multiplicar por el índice de crecimiento poblacional del Cantón para obtener el crecimiento poblacional.

**Tabla 5-4:** Demanda proyectada de restaurantes

AÑOS	POBLACIÓN	CONSUMO	POBLACIÓN OBJETIVO	CONSUMO MENSUAL	DEMANDA PROYECTADA
2017	100	70%	70,05491331	\$30,75	\$25.850,63
2018	102	70%	71,13375897	\$30,75	\$26.248,73
2019	103	70%	72,22921886	\$30,75	\$26.652,96
2020	105	70%	73,34154883	\$30,75	\$27.063,42
2021	106	70%	74,47100869	\$30,75	\$27.480,19

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Realizado por:** Elvis Jaramillo



**Gráfico 2-4:** Demanda proyectada de restaurantes

**Fuente:** (INEC, 2010)

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

**Análisis.-** Con la proyección anterior se toma en cuenta los últimos 5 años se basa en el 70%, del consumo de la pregunta de la encuesta 2 que consiste en. ¿Si se llegara a implementar el restaurante usted estaría dispuesto a visitar?, previamente se procede a multiplicar la población por el consumo obteniendo la población objetivo, se procede a sacar el consumo en dólares y el promedio para multiplicar por 4 semanas que tiene el mes.

#### 4.3.2 Oferta

En la actualidad no existe un lugar que brinde este tipo de comida con las facilidades y comodidades confortables, respecto al grado de aceptabilidad por parte de los consumidores y a la competencia se tomaran datos reales que son proyectados por la encuesta, además nos ayuda a determinar la situación existente, futura del establecimiento. Se utilizó los datos históricos obtenidos por parte de las encuestas.

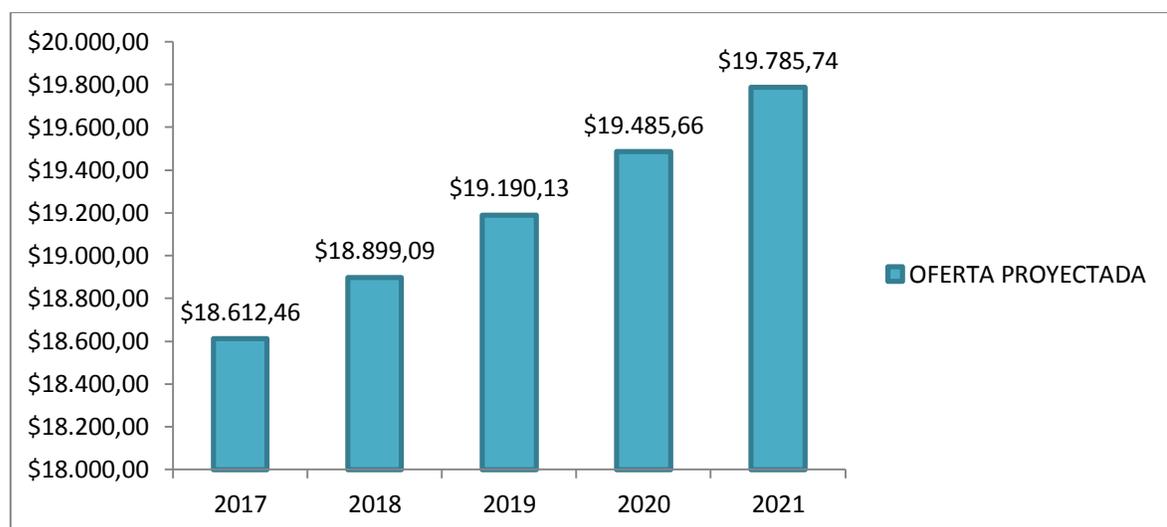
## Oferta proyectada del consumo en restaurantes del cantón Riobamba.

**Tabla 6-4:** Oferta Proyectada de restaurantes

AÑOS	POBLACION OBJETIVO	CONSUMO	OFERTA LOCAL	OFERTA PROYECTADA
2017	70,05491331	\$25.850,63	72%	\$18.612,46
2018	71,13375897	\$26.248,73	72%	\$18.899,09
2019	72,22921886	\$26.652,96	72%	\$19.190,13
2020	73,34154883	\$27.063,42	72%	\$19.485,66
2021	74,47100869	\$27.480,19	72%	\$19.785,74

Fuente: (INEC, 2010)

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 3-4:** Oferta proyectada de restaurantes

Fuente: (INEC, 2010)

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis.-** Se analiza desde los últimos cinco años, hay una buena oferta que va ir creciendo en el consumo de alimentos en el restaurante es una ventaja para el establecimiento.

### 4.3.3 Demanda insatisfecha

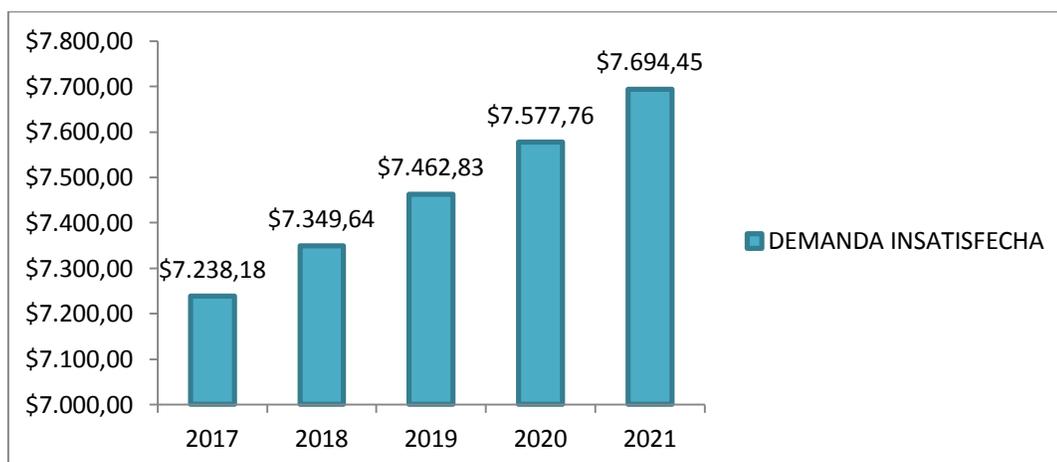
Cuando la demanda es mayor que la oferta el proyecto es rentable y se debe poner en marcha.

**Tabla 7-4:** Demanda insatisfecha de restaurantes

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2017	\$25.850,63	\$18.612,46	\$7.238,18
2018	\$26.248,73	\$18.899,09	\$7.349,64
2019	\$26.652,96	\$19.190,13	\$7.462,83
2020	\$27.063,42	\$19.485,66	\$7.577,76
2021	\$27.480,19	\$19.785,74	\$7.694,45

Fuente: (INEC, 2010)

Realizado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 4-4:** Demanda Insatisfecha de restaurantes

Fuente: (INEC, 2010)

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis.-** Después de haber realizado el cálculo de la oferta se procedió aplicar la fórmula en la cual se identifica que la demanda es mayor a la oferta se concluye que el proyecto es viable, rentable y se puede continuar con los demás estudios.

#### **4.3.4 Cuota del mercado**

##### *4.3.4.1 Producto / Servicio*

Restaurant “Tomato”. Es un establecimiento de emprendimiento, porque brinda variedad de comida rápida saludable, utilizando técnicas y preparaciones saludables, es una microempresa industrial porque se va a elaborar nuestro propio producto adentro del restaurante, se logró que el producto cumpla los estándares de calidad en cuanto a higiene y sanitación, además es una alimentación saludable para todas las personas.

Asimismo se da a conocer diferentes platos en el establecimiento para que puedan degustar de las elaboraciones que son muy alimenticios y cumplen con un balance de equilibrio en cuanto a los nutrientes respectivos para dar un mayor realce en su presentación final, se oferta variedad de preparaciones como: Tilapia, sandwiches, fajitas, ensaladas, jugos, batidos, etc.

##### *4.3.4.2 Nombre*

Restaurant “TOMATO”.

##### *4.3.4.3 Slogan*

Porque su salud es lo primero.

##### *4.3.4.4 Logotipo*



#### 4.3.4.5 Colores de identificación de la empresa

El logotipo que obtuvo la aceptación de nuestra propuesta para el Restaurant “TOMATO”, se determinó por medio de las encuestas realizadas a la población, este nombre es fácil recordar, se ajusta a la propuesta de comida saludable, por lo que la población acepto este logotipo.

Los colores utilizados para la elaboración del logotipo se establecieron como un medio de comunicar el mensaje y significado de una comida rápida saludable, a continuación se detalla:

- ✓ **Amarillo:** Este color ayuda a captar la atención del cliente ya que crea felicidad y calidez además que llama la atención inmediatamente.
- ✓ **Rojo:** Detalla fortaleza, además de llamar la atención incrementar la presión sanguínea y provocar hambre.
- ✓ **Negro:** Significa autoridad, elegancia y tradición además establece simplicidad y sofisticación, cualidades perfectas para incorporar a personas de diferentes edades.
- ✓ **Verde:** Representa vida, renovación, y salud, además que irradia relajación, tranquilidad e inspira preservación de nuestra salud y entorno ecológico.

Este logotipo contiene colores que mesclan la visión de una comida rápida, su significado con creatividad y originalidad otorgándole al establecimiento la exclusividad.

#### 4.3.4.6 Identificación corporativa (tarjeta de presentación)



**Tarjeta de presentación**

### **4.3.5 *Mix de mercado***

#### **4.3.5.1 *Producto***

Restaurante “Tomato”. Es un establecimiento de emprendimiento de comida rápida saludable, que brinda un servicio de alimentación sana y de preparación rápida, pensando en el tiempo y salud del cliente, es un nuevo producto lanzado al mercado con una propuesta innovadora conforme a la necesidad de la población, es una microempresa industrial alimentaria, ya que el producto se elabora en el establecimiento a la necesidad y tiempo del cliente siguiendo las normas de las recetas estándar de cada producto que se elabora con calidad, higiene y sanitación.

Las recetas estándar se detallan en el Anexo C, para su comprensión se detalla sus respectivos ingredientes, cantidad, costo total y costo unitario que se utilizó en cada preparación. También contiene datos del cálculo de materia prima para elaborar cada preparación, y obtener un producto final saludable, se oferta variedad de preparaciones como: Tilapia al vapor, fajitas de pollo, ensaladas, batidos, jugos, etc.

#### **4.3.5.2 *Precio***

Para determinar el precio de cada producto se realizó un estudio de mercado tomando en cuenta, la competencia, el tipo de clientes y las necesidades de la población, tomando en cuenta los precios del mercado para determinar el precio de los bienes y servicios del emprendimiento, tomado en cuenta el poder adquisitivo del cliente para que acceda a un producto saludable, de preparación rápida con calidad, higiene y sanación.

#### **4.3.5.3 *Plaza***

La comercialización del producto se realizará por un canal directo sin intermediarios ni terceras personas, es decir directamente con el consumidor. Al ser un producto innovador que cubre las necesidades alimentarias en la actualidad hace que el mercado sea amplio, cognitante a esto el servicio que se ofrece debe ser de calidad, eficaz y de calidez.

#### *4.3.5.4 Promoción*

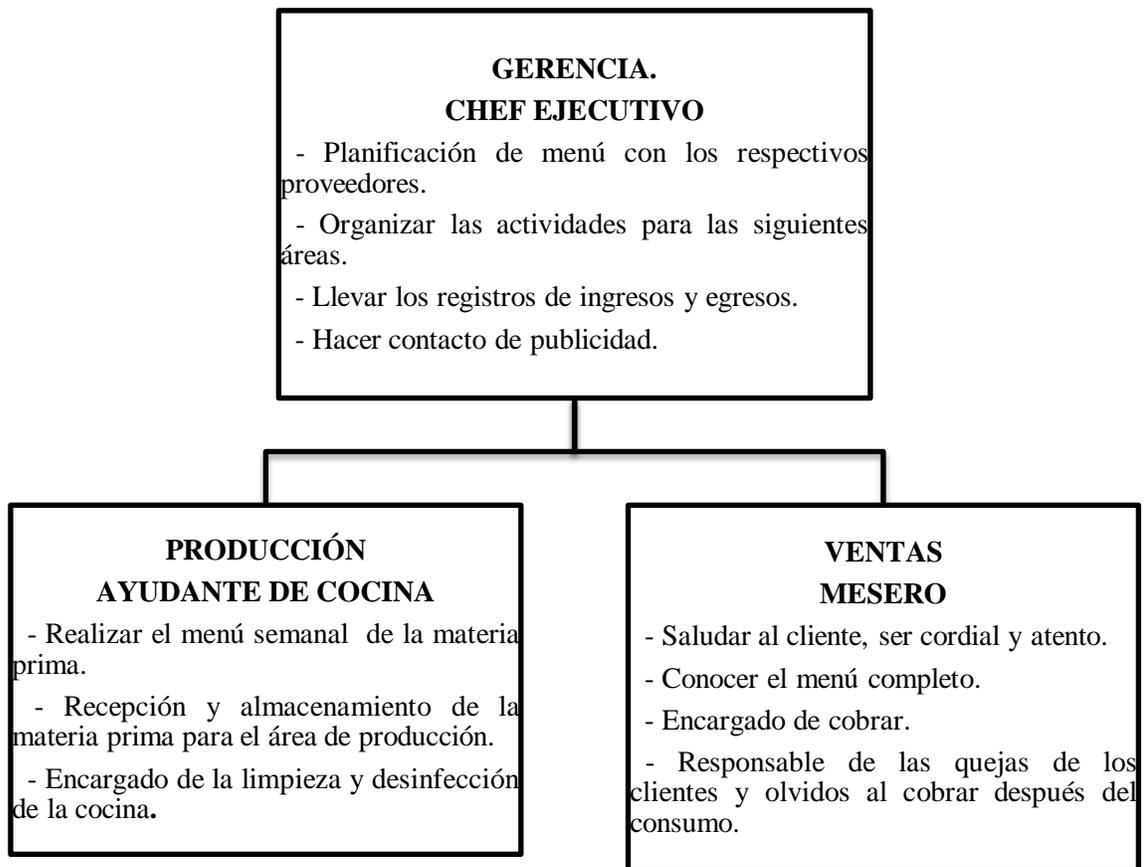
Para llegar al mercado se realizará promoción a través de los medios de comunicación escritos, radiales, redes sociales y medios televisados para lo cual se elaborará spot, afiches, volantes, tarjetas y página Web que contendrán la información del establecimiento para que el cliente conozca nuestros servicios y ubicación con un estilo sofisticado e innovador, promocionando los beneficios de una comida rápida y saludable.

#### *4.3.5.5 Análisis del sector*

El restaurante de Comida Saludable “Tomato” se encontrará ubicado en el Barrio la Primavera calles San Andrés y Tixan de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, por su fácil acceso y ubicación el lugar es reconocido por la población de Riobamba, al encontrarse cerca de una institución educativa, un lugar recreativo existe afluencia de personas, es una zona segura ya que a pocos metros se encuentra una Unidad de Policía Comunitaria, para acceder al restaurante existe accesos por vías en buen estado con la señalética correspondientes, a su alrededor existe movimiento comercial.

#### **Cargos y funciones del área comercial**

Para ofrecer productos de calidad se distribuye de la siguiente manera el personal que va a colaborar en el establecimiento, debe ser mano de obra calificada, poseer un nivel de bachiller y estar capacitado en atención al cliente y en la manipulación de alimentos. Tener una buena comunicación entre el equipo de trabajo y aplicar los valores, principios que imparte el establecimiento. El establecimiento cuenta con un manual de funciones Restaurante “TOMATO”



**Gráfico 5-4:** Cargos y funciones del área comercial

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

**Tabla 8-4:** Muebles y enseres

<b>MUEBLES / ENSERES</b>			
<b>TIPO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Cartel con nombre del local	1	250,00	250,00
Pizarrón para escribir menú	1	70,00	70,00
Sillas en línea x3 (Para espera)	3	60,00	180,00
Escritorio	1	120,00	120,00
Archivador	1	90,00	90,00
Cuadros o tapices de la serranía	5	10,00	50,00
Juego de comedor mesa 80x80 y 4 sillas	5	200,00	1000,00
Vidrios rectangulares grandes	3	60,00	180,00
Mesa de comer, silla, comedor de bebe	4	70,00	280,00
Caja registradora Casio Post280	1	289,00	289,00
<b>TOTAL</b>		1219,00	2509,00

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Tabla 9-4:** Publicidad

<b>Publicidad</b>				
<b>Tipo</b>	<b>Cant. Mensual</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Redes Sociales</b>		<b>Establecimiento</b>		
Tarjetas de presentación	1000	Orange	25,00	50,00
Tríptico	1	Orange	30,00	360,00
<b>Total</b>			<b>55,00</b>	<b>410,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

#### 4.4 Estudio técnico

El siguiente estudio posee el objetivo de determinar la capacidad, el lugar de ubicación, el proceso de producción que se aplicará antes, durante y después de la manipulación de alimentos con

la elaboración de platillos, estandarización de las recetas, materia prima y maquinaria con sus respectivos equipos para el funcionamiento adecuado del establecimiento.

#### 4.3.1 Determinación del tamaño

Para calcular el tamaño y la capacidad, se debe tomar en cuenta la producción que brindará el establecimiento en relación a la población objetiva a partir del año 2017 hasta el 2021.

**Tabla 10-4:** Tamaño de la Empresa

<b>Año</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Quincenal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Semestral</b>	<b>Anual</b>
2017	21	127	253	506	3038	6075
2018	21	129	257	514	3084	6169
2019	22	130	261	522	3132	6264
2020	22	133	265	530	3180	6360
2021	22	135	269	538	3229	6458

Realizado por: Elvis Jaramillo

Este cuadro se basa al volumen de producción que brinda la planta.

**Tabla 11-4:** Capacidad de la Empresa

<b>Año</b>	<b>Población objetiva</b>	<b>Diario</b>	<b>Semanal</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
2017	1784897.137	21	127	506	6075
2018	1812384.553	21	129	514	6169
2019	1840295.275	22	130	522	6264
2020	1868635.823	22	133	530	6360
2021	1897412.814	22	135	538	6458

Realizado por: Elvis Jaramillo

### 4.3.2 Capacidad del emprendimiento

**Tabla 12-4:** Capacidad del emprendimiento

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

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Análisis.-** La capacidad real de la empresa es 24 personas que están previsto a ocupar en un momento que no disponga de mesas el establecimiento, posee una capacidad instalada de 100 personas y una capacidad ociosa de 76 personas.

### 4.3.3 Localización

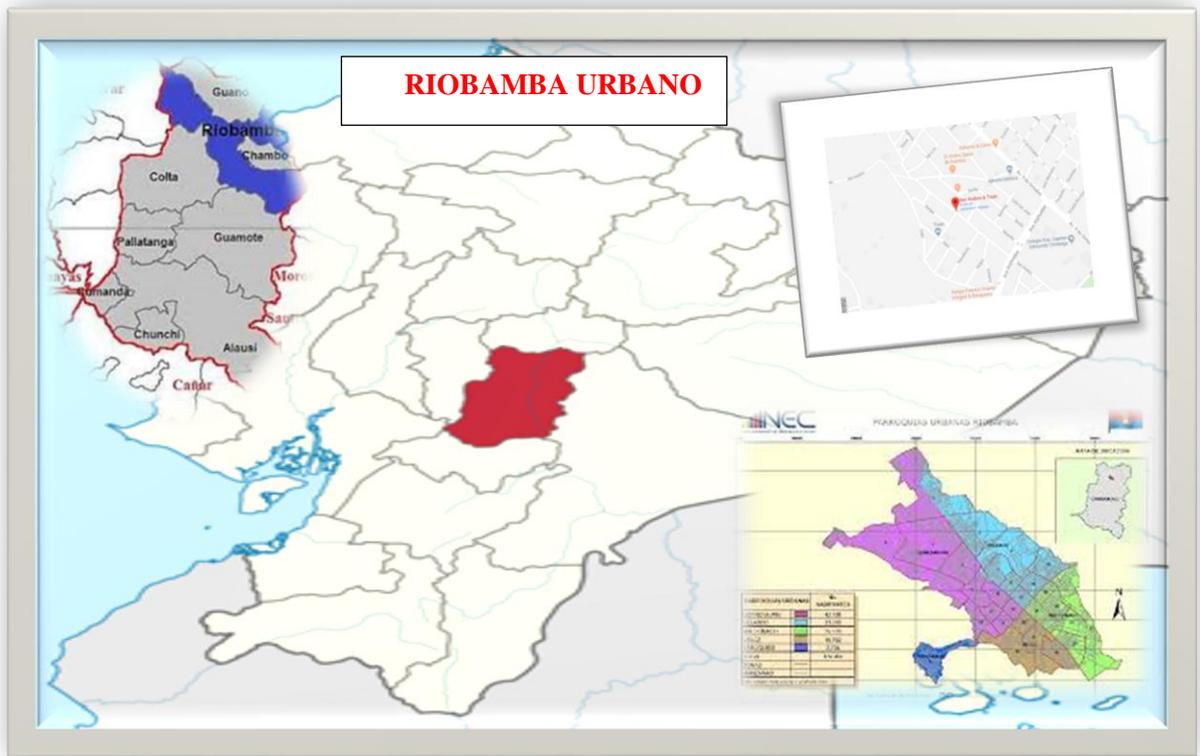
El restaurante estará ubicado en un lugar estratégico en un barrio reconocido de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, se encuentra ubicado en las calles San Andrés y Tixan por la facilidad de servicios básicos, instituciones educativas, existe gran afluencia de las personas, además pequeños supermercados de tiendas de abarrotes y productos de primera necesidad, cooperativas de buses urbanos; todos estos acontecimientos, permitirán una mayor rentabilidad.

#### 4.3.3.1 Macro localización

**Macro:** País Ecuador, Región Sierra, Provincia Chimborazo.

#### 4.3.3.2 Micro localización

**Micro:** Cantón Riobamba, Parroquia urbana Lizarzaburu, Barrio La Primavera, Calles: San Andrés y Tixan.



**Gráfico 6-4:** Localización del emprendimiento

**Fuente:** (Mapa del Ecuador, 2017) (Mapa de Riobamba sector urbano, 2017) (Mapa de la Provincia de Chimborazo, 2017) (Mapa de ubicación de calles San Andrés y Tixan Barrio la primavera, 2018)

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

#### 4.3.4 *Proceso de producción*

Es indispensable aplicar las buenas prácticas de manufactura, para garantizar la inocuidad de los alimentos y la seguridad alimentaria.

#### **Almacén y compras**

- ✓ **Compras.-** Adquirir los ingredientes para cada preparación de acuerdo al requerimiento de la receta estándar, con la orden de compra que autorice el Chef.
- ✓ **Recepción de la materia prima.-** Llega al establecimiento la materia prima, la persona encargada lo recibe con los documentos al proveedor, verifica los envases con la fecha de caducidad, estándares de calidad, alimentos en buen estado cumpliendo los estándares de para la aceptabilidad.

- ✓ **Almacenamiento.-** Brinda la facilidad de garantizar seguridad, calidad, y cumplir con los registros sanitarios, de ésta manera se tendrá en cuenta cada proceso de rotación de productos, limpieza, sistemas de inventarios, control de temperaturas.
- ✓ **Distribución.-** Se debe mantener las condiciones sanitarias de cada alimento con las características físicas, etiquetado de alimentos, la adecuada temperatura de conservación.

**Cocina**

- ✓ **Preparación.-** Tener un mise en place listo de cada receta para empezar a elaborar la misma; distribuir funciones a cada persona para trabajar de manera eficiente con una buena comunicación con toque final al platillo
- ✓ **Cocción.-** Aplicación del calor en el alimento, con el objetivo de mejorar su calidad organoléptica y digestibilidad, conforme a procedimientos seguros e higiénicos.

**Área del salón**

- ✓ **Exhibición – despacho.-** Esmero en la limpieza y desinfección del área para la ubicación de platos terminados, facilitando al mesero su transporte hacia la mesa del comensal. Platillos que deben servirse a la temperatura idónea.
- ✓ **Servicio.-** Requiere de la firme voluntad y compromiso de todos para brindar al cliente un trato amable, ambiente agradable, comodidad, buena comunicación, rápida atención, para satisfacer sus expectativas.
- ✓ **Ventas.-** Al ofrecer el servicio de alimentación, se recibe una remuneración.

**Tabla 13-4:** Significado de la señalética del diagrama de flujo

Símbolo	Significado	Actividad
	Operación	Inicio y finalización de un proceso, y procedimientos.
	Inspección	Representa la verificación de la calidad y cantidad de los insumos y productos.
	Recepción	Cumplir con los estándares de calidad, fechas de caducidad, registro sanitario, buen estado.
	Almacenamiento	Correcto almacenaje de alimentos. Con adecuadas temperaturas.

Realizado por: Elvis Jaramillo

4.3.4.1 Diagrama de flujo

Almacén y Compras

Cocina

Salón

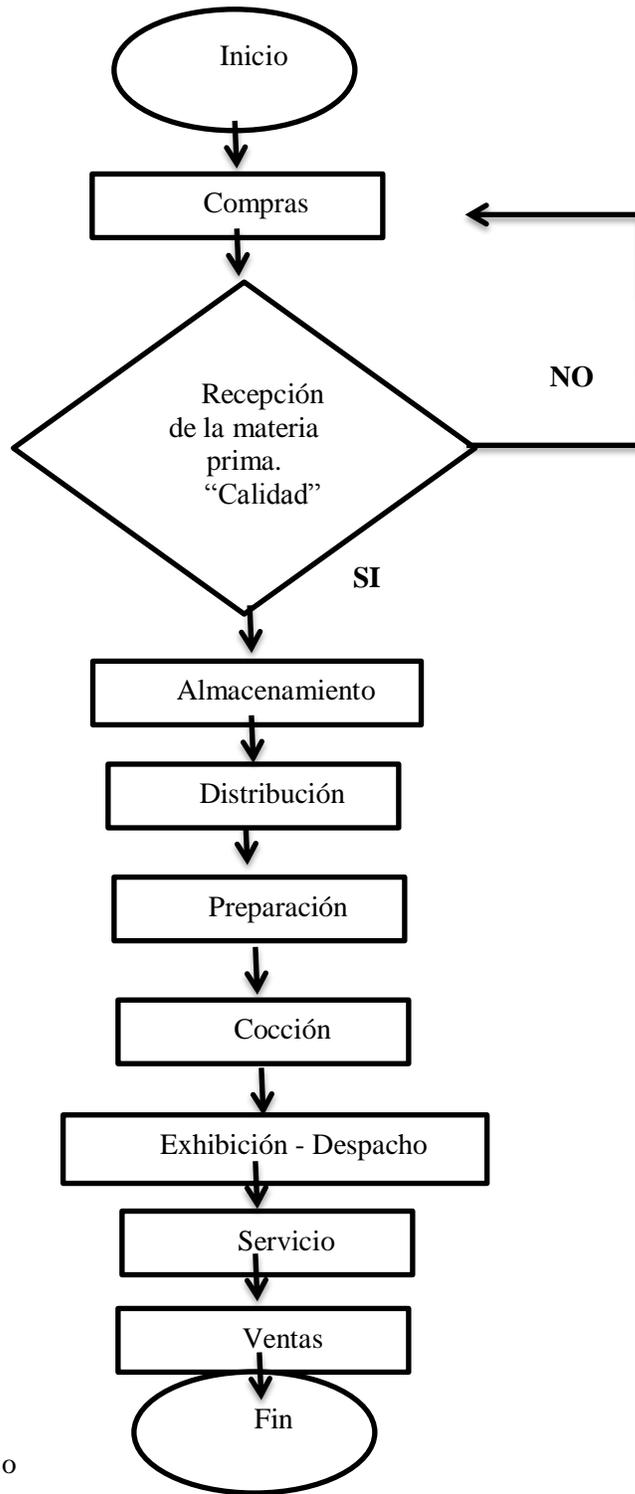


Gráfico 7-4: Diagrama de flujo

Realizado por: Elvis Jaramillo

4.3.4.2 Receta estándar

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p><b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b>  <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b>  <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b>  <b>FICHA DE RECETA ESTANDAR</b></p> </div>  </div>					
<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: TILAPIA A LA PLANCHA</b>					
<b>TIPO DE MENÚ</b>	<b>Comida rápida</b>				
<b>Siglas Menú Completo</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
T001	Tilapia filete	1500	g	12,45	8,3
T002	Aceite de oliva	180	ml	1,8	10
T003	Limón	10	ml	0,20	0,02
T004	yuca	1000	g	8,80	0,88
T005	Tomillo	1	g	0,01	0,01
T006	Ajo	4	g	0,16	0,04
T007	Vino blanco	150	ml	0,86	5,7
T008	Rábano	90	g	0,24	2,67
T009	tomate	30	g	0,09	3
T010	Aceitunas	250	g	1,13	4,5
T011	Mostaza	50	g	0,20	3,93
T012	Perejil	10	g	0,30	0,3

T013	Sal	1	g	0,10	0,01
T014	Cilantro	1	g	0,10	0,01
			<b>C. Variable</b>	26,43	
			<b>10 % Varios</b>	1,80	
			<b>C. Neto</b>	28,23	
			<b>Costo x pax</b>	1,98	

Se elabora a través de un formato que detalla los productos a utilizarse en la receta, cantidades y costos para conseguir una preparación saludable de calidad. (Ver Anexo C).

#### ***4.3.5 Requerimiento de Talento Humano***

El área es indispensable a través del talento humano se dirige, planifica y administra cada proceso de producción en la cocina, una buena comunicación, relaciones interpersonales va a crear un buen clima laboral. Y el trabajo será de manera eficiente y eficaz. Se aplicará diversas técnicas culinarias, métodos de cocción, control específico del stock en la bodega con la respectiva rotación de productos y almacenamiento correcto de temperaturas de alimentos.

##### *4.3.5.1 Personal administrativo*

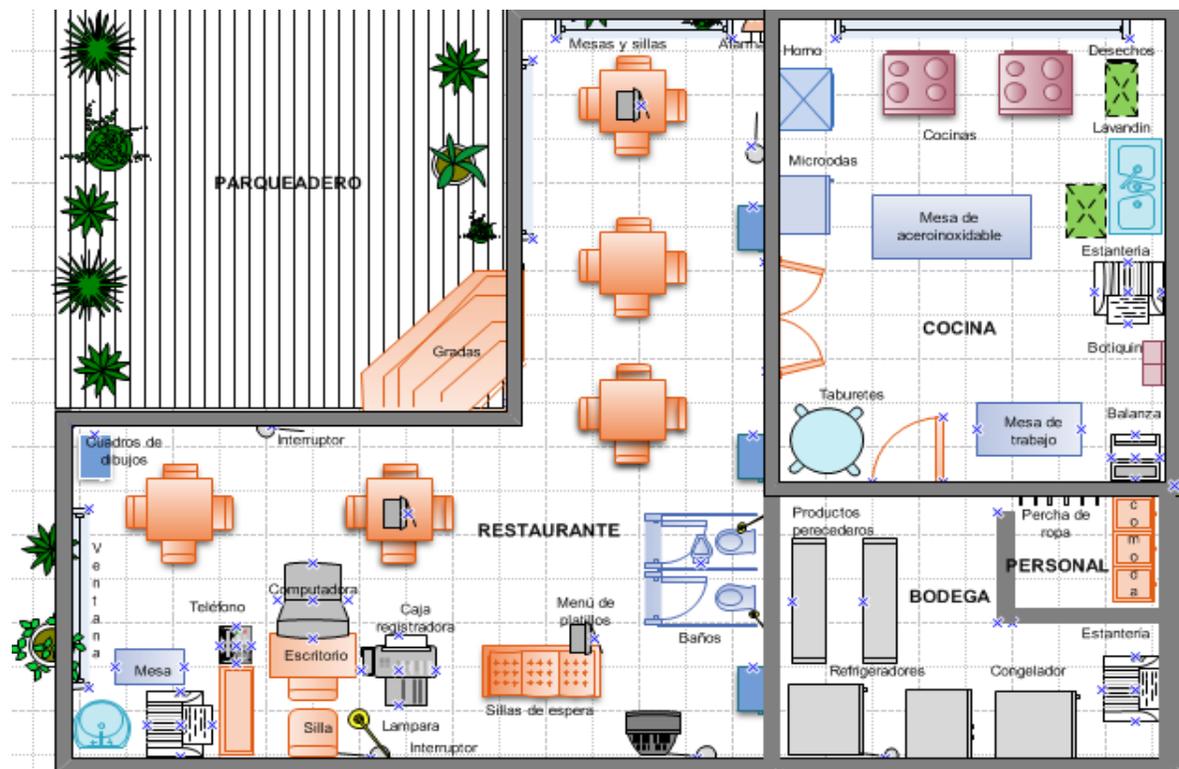
Gerente/ Chef

##### *4.3.5.2 Personal de servicio*

Ayudante de cocina

Cajero/mesero

### 4.3.6 Diseño de la planta



**Gráfico 8-4:** Plano del restaurante

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

- 1.- Área del restaurante
- 2.- Área de la cocina
- 3.- Área de bodega y el personal
- 4.- Área del parqueadero

### 4.3.7 Estructura de costos de producción

#### 4.3.7.1 Consumo de servicios básicos

**Tabla 14-4:** Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>				
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PROVEEDOR</b>	<b>COSTO \$ MENSUAL</b>	<b>COSTO \$ ANUAL</b>
AGUA	BÁSICO (1,13 c/m3)	EMAPAG	\$10,00	120,00
LUZ	BÁSICO	CNEL EP	\$30,00	360,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	BÁSICO	CNEL EP	\$25,00	300,00
INTERNET	ILIMITADO	CNT	\$20,00	240,00
<b>TOTAL</b>			<b>85,00</b>	<b>1.020,00</b>

	<b>100% DEL COSTO</b>	<b>PRODUCCIÓN (55%)</b>	<b>VENTAS (25%)</b>	<b>ADMINISTRACIÓN (20%)</b>
<b>ANUAL</b>	1.020,00	561,00	255,00	204,00

**Fuente:** Estudio financiero

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

4.3.7.2 Mantenimiento de equipos

**Tabla 15-4:** Mantenimiento de equipos

<b>MANTENIMIENTO</b>				
<b>EQUIPOS / INSTALACIONES</b>	<b>TIEMPO/ CANTIDAD</b>	<b>ENCARGADO</b>	<b>COSTO \$ SEMESTRAL</b>	<b>COSTO \$ ANUAL</b>
REFRIGERADOR PANORAMA VERTICAL/ 1 PUERTA	C/12 MESES	INOX	35,00	70,00
MICROONDAS 0.7 WHIRLPOOL	C/12 MESES	MONTERO	20,00	40,00
CONGELADOR HORIZONTAL ELECTROLUX	C/6 MESES	MONTERO	30,00	60,00
LICUADORA OSTER 465 – 15	C/6 MESES	RESTAURANT	25,00	50,00
REFRIGERADORA 12' MABE RML250	C/6 MESES	RESTAURANT	30,00	60,00
HORNO A BASE DE CARBÓN	C/6 MESES	RESTAURANT	35,00	70,00
COCINA INDUSTRIAL	C/6 MESES	RESTAURANT	30,00	60,00
EXTINTOR	C/12 MESES	RESTAURANT	10,00	10,00
TRAMPA DE GRASA	C/12 MESES	RESTAURANT	15,00	15,00
VENTILADOR	C/12 MESES	RESTAURANT	15,00	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>245,00</b>	<b>450,00</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

#### 4.3.7.3 Depreciación

**Tabla 16-4:** Depreciación

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>BIEN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AÑO DE VIDA</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>VALOR DEP.ANUAL</b>
MAQUINARIA Y EQUIPOS	6029,15	10	602,92	542,62
EQUIPOS DE COMPUTO	1150,00	3	115,00	345,00
MUEBLES Y ENSERES	2509,00	10	250,90	225,81
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				<b>1.113,43</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

4.3.7.4 *Materia prima*

**Tabla 17-4:** Materia prima

<b>Nombre de la receta</b>	<b>Cantidad diaria</b>	<b>Cantidad semanal</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo semanal</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>	<b>PVP</b>
Tilapia a la plancha	6	36	144	1728	1.98	11.88	47.52	570.24	4
Sanduche carne	5	30	120	1440	1.66	9.96	39.84	478.08	4
Ensalada cesar	6	36	144	1728	1.23	7.38	29.52	354.24	3
Sanduche pollo	5	30	120	1440	1.29	7.74	30.96	371.52	3
Sanduche tomato	5	30	120	1440	1.72	10.32	41.28	495.36	3
Fajitas de pollo con verduras	6	36	144	1728	1.06	6.36	25.44	305.78	2.50
Fajitas de carne con verduras	4	24	96	1152	1.31	7.86	31.44	377.28	3.00
Fajitas tomato con verduras	4	24	96	1152	1.19	7.14	28.56	342.72	2.50
Ensalada de frutas	6	36	144	1728	0.54	3.24	12.96	155.52	2.50
Yogurt con granola	5	30	120	1440	1.69	10.14	40.56	486.72	3
Batido de taxo	6	36	144	1728	0.45	2.7	10.80	129.60	1.50
Batido de banano	4	24	96	1152	0.40	2.4	9.60	115.20	1.50
Batido de frutilla	4	24	96	1152	0.53	3.18	12.72	152.64	1.50
Batido de mora	5	30	120	1440	0.56	3.36	13.44	161.28	1.50
Batido de mango	6	36	144	1728	0.55	3.30	13.20	158.40	1.50
Yogurt con granola taxo	6	36	144	1728	1.75	10.50	42.00	504.00	3.00
Yogurt con granola frutilla	7	42	168	2016	1.91	11.46	45.84	550.08	3.00
Yogurt con granola mango	6	36	144	1728	1.91	11.46	45.84	550.08	3.00

**Fuente:** Estudio financiero

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

4.3.7.5 *Mano de obra directa*

**Tabla 18-4:** Sueldo producción

			<b>Beneficios Sociales</b>	<b>Total Sueldo</b>
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>12.15 (11.15% Aporte patronal 0.5 IECE 0.5 SECAP)</b>	
Ayudante de Cocina	375.00	4500.00	546.75	
<b>TOTALES</b>	<b>375.00</b>	<b>4500.00</b>	<b>546.75</b>	<b>5046.75</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Elvis Jaramillo

**Tabla 19-4:** Sueldo administrativo

			<b>Beneficios Sociales</b>	<b>Total Sueldo + Beneficios</b>
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>12.15 (11.15% Aporte patronal 0.5 IECE 0.5 SECAP)</b>	
Chef Ejecutivo	450.00	5400.00	656.10	
<b>TOTALES</b>	<b>450.00</b>	<b>5400.00</b>	<b>656.10</b>	<b>6056.10</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Elvis Jaramill

**Tabla 20-4:** Sueldo de ventas

			<b>Beneficios Sociales</b>	<b>Total Sueldo + Beneficios</b>
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>12.15 (11.15% Aporte patronal 0.5 IECE 0.5 SECAP)</b>	
Cajero	375.00	4500.00	546.75	
<b>TOTALES</b>	<b>375.00</b>	<b>4500.00</b>	<b>546.75</b>	<b>5046.75</b>

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Elvis Jaramillo

4.3.7.6 Costos Indirectos de fabricación

**Tabla 21-4:** Costos indirectos de fabricación

<b>CIF</b>					
<b>Rubros</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>55% A. Producción</b>	<b>25% A. Ventas</b>	<b>20% A. Administrativa</b>
Servicios Básicos y Otros Servicios					
Agua	\$ 10	100%	\$ 5,50	\$ 2,50	\$ 2
Luz	\$ 55	100%	\$ 30,25	\$ 13,75	\$ 11
Internet	\$ 20	100%	\$ 11,00	\$ 5	\$ 4
Depreciaciones De Activos Fijos			A. Producción	A. Ventas	A. Administrativa
Equipo De Computo	\$ 1.000	100%	\$ 550,00	\$ 250,00	\$ 200,00
Maquinaria Y Equipo	\$ 1.700	100%	\$ 1.700,00	\$ -	\$ -
Muebles Y Enseres	\$ 420	100%	\$ -	\$ 105,00	\$ 84,00
Equipo De Audio Y Video	\$ 720	100%	\$ 396,00	\$ 180,00	\$ 144,00
Suministros De Limpieza	\$ 197	100%	\$ 108,35	\$ 49,25	\$ 39,40

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado:** Elvis Jaramillo

#### 4.3.8 Determinación de activos fijos para producción

**Tabla 22-4:** Determinación de activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
MAQUINARIA Y EQUIPO	5244.15	6029.15
MUEBLES Y ENSERES	1219.00	2509.00
EUIPOS DE COMPUTO	1150.00	1150.00
<b>SUB – TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>9688.15</b>

<b>INVENTARIOS</b>		
MENAJE Y VAJILLA	353.02	869.24
MATERIALES INDIRECTOS	37.40	74.80
SUMINISTROS Y MATERIALES	169.70	297.85
<b>SUB – TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>1241.89</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado:** Elvis Jaramillo

#### 4.3.9 Programa pre operativo

**Tabla 23-4:** Gastos de experimentación

<b>PROGRAMA PREOPERATIVO O GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN</b>					
<b>PROCESO / ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>COSTO POR TIEMPO \$</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
PRUEBAS	AYUDANTE DE COCINA	1:00:00	6	2,28	8,28
MUESTRAS	AYUDANTE DE COCINA	1:30:00	3	3,42	6,42
DEGUSTACIONES	CHEF EJECUTIVO	1:00:00	3	2,73	5,73
CONTROL CALIDAD	CHEF EJECUTIVO	1:00:00	0	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>			<b>12,00</b>	<b>8,43</b>	<b>20,43</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado:** Elvis Jaramillo

## 1. Pruebas de aceptabilidad

Se realizaron dos recetas que obtuvieron una mayor demanda, que consiste en Sanduche Tomato y la Tilapia al vapor para tener una variación de ingredientes, de acuerdo al valor designado para la materia prima de las mismas recetas se tomó de manera referencial en base al costo de materia prima requerido en la receta estándar.

## 2. Muestras y degustación

De los dos platillos elaborados con sus respectivas pruebas se procede a obtener para cinco pax los mismos que se presentan en recipientes adecuados con la servilleta y cuchara para una. Esta acción nos ayuda a determinar el grado de aceptabilidad del producto y sus características en cuanto al sabor, olor, facilidad al digerir el alimento, características físicas del plato.

**Tabla 24-4:** Muestras y degustaciones de Sanduche Tomato

<b>SANDUCHE TOMATO</b>			
<b>PRUEBA 1</b>		<b>PRUEBA 2</b>	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD (5)</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD (5)</b>
Pollo	1000	Pollo	1500
Carne	1000	Carne	1500
Pan integral	20	Pan integral	40
Aceite de oliva	200	Aceite de oliva	250
Orégano	1	Orégano	2
Ajo	40	Ajo	50
Salsa de tomate	100	Salsa de tomate	200
Pepinillo	90	Pepinillo	150
Tomate	50	Tomate	70
Lechuga	50	Lechuga	70
Cebolla perla	50	Cebolla perla	70
Mostaza	100	Mostaza	150
Cilantro	1	Cilantro	2

**Prueba 1.-** La receta tiene la cantidad necesaria, para elaborar el producto, se obtuvo de resultado un producto eficiente y de calidad

**Prueba 2.-** Posee los propios ingredientes, en cuanto a la cantidad varía, proporcionando pérdida económica, sabor no agradable y una textura desigual.

**Tabla 25-4:** Muestras y degustaciones de La Tilapia a la plancha

<b>TILAPIA A LA PLANCHA</b>			
<b>PRUEBA 1</b>		<b>PRUEBA 2</b>	
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD (5)</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD (5)</b>
Tilapia filete	1500	Tilapia filete	2000
Aceite de oliva	180	Aceite de oliva	250
Limón	10	Limón	15
yuca	1000	yuca	1500
Tomillo	1	Tomillo	2
Ajo	40	Ajo	60
Vino blanco	150	Vino blanco	250
Rábano	90	Rábano	120
tomate	30	tomate	50
Aceitunas	250	Aceitunas	350
Mostaza	50	Mostaza	75
Perejil	10	Perejil	15
Sal	1	Sal	2
Cilantro	1	Cilantro	2

**Prueba 1.-** La Receta brindó la facilidad de un resultado óptimo, con la materia prima estandarizada, conservó hasta el final sus características organolépticas.

**Prueba 2.-** Las cantidades no son adecuadas, se perdió materia prima y recursos, al momento de dividir las porciones impidió realizar.

## **Control de calidad**

Es indispensable en el área de la cocina trabajar con una receta estándar, cumplir los parámetros de calidad, inocuidad y sanitación de los alimentos, utensilios y equipos para garantizar un producto de calidad, evitar la contaminación cruzada, transmisión de enfermedades, con el privilegio de satisfacer gustos y preferencias del cliente. Lo realizará el Chef Ejecutivo con la coordinación del Ayudante de cocina.

### **4.4 Estudio administrativo, legal y ambiental**

#### **4.4.1 Organización**

La empresa se fragmenta en tres áreas, conformado por un Chef Ejecutivo que va a liderar conjuntamente con el área de ventas, donde se expande las preparaciones que brinda el establecimiento, y el de producción que estará encargado por un Ayudante de Cocina.

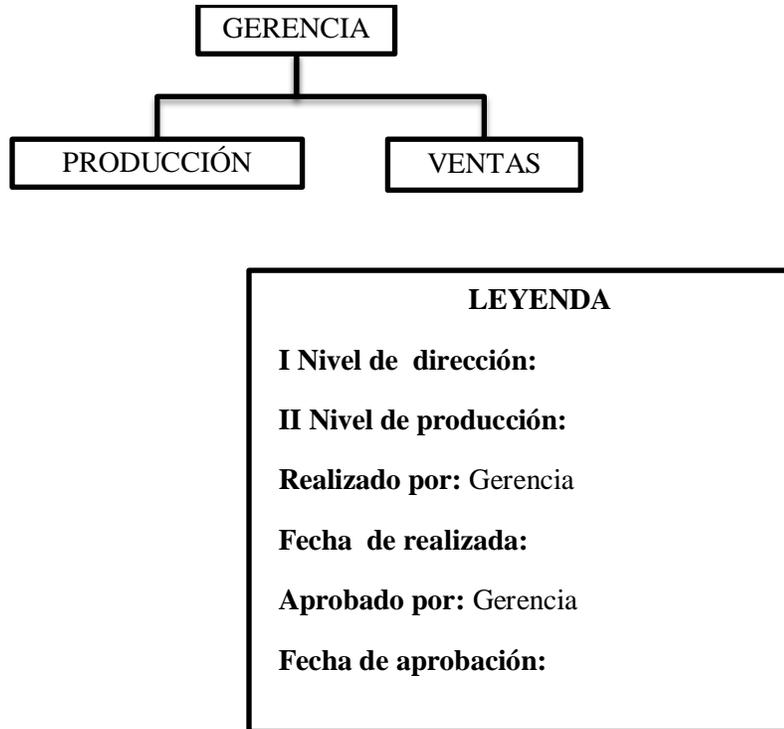
**El Chef Ejecutivo.-** Es la persona que va a dirigir al personal y verificar su correcta producción, planificación del menú con los respectivos proveedores, llevar los registros de ingresos y egresos finalmente hacer contacto de publicidad.

**Ayudante de Cocina.-** Encargado de la elaboración y procesamiento de los productos, recepción y almacenamiento de la materia prima para el área de producción, realizar el menú semanal de materia prima.

**Mesero.-** Atender al cliente, conocer el menú completo, solucionar los problemas de manera inmediata respecto a las quejas del cliente, responsable de cobrar las ventas.

#### 4.4.1.1 Organigrama Estructural

El establecimiento Restaurant “Tomato”.



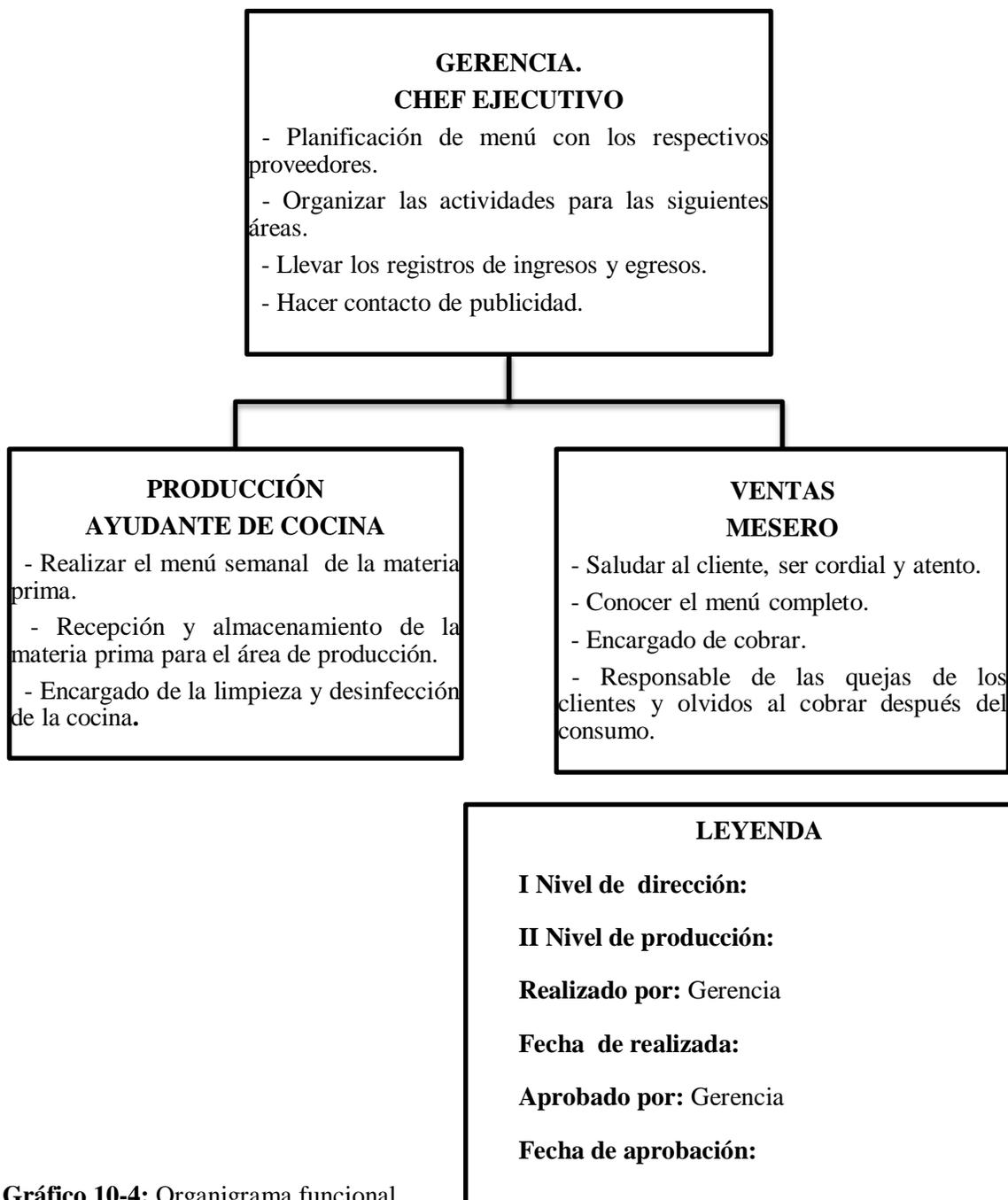
**Gráfico 9-4:** Organigrama Estructural

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

#### 4.4.1.2 Organigrama Funcional

Restaurant "Tomato"



**Gráfico 10-4:** Organigrama funcional

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

#### 4.4.1.3 Proceso de selección y contratación del talento humano

Para el proceso de selección se lo hará con la finalidad de encontrar a la persona idónea para desempeñar un cargo dentro del establecimiento.

Se lo realizara a través de un anuncio por el periódico, prensa.


Restaurant " Tomato"
Establecimiento de comida saludable, requiere de Chef Ejecutivo para el área de Recursos Humanos.
Requisitos:
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Egresado universitario en Licenciatura en Gestión Gastronómica.</li><li>✓ Experiencia de conocimiento en contabilidad y organización de eventos.</li><li>✓ Conocimiento general en informática.</li><li>✓ Conocimiento medio en inglés.</li></ul>
Interesados enviar su hoja de vida al siguiente correo: <a href="mailto:elvizjaramillo@hotmail.com">elvizjaramillo@hotmail.com</a>

#### Gráfico 11-4: Proceso de Selección

Fuente: Investigación propia

Realizado por: Elvis Jaramillo

**Tabla 26-4:** Proceso de selección y contratación del personal

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>DETALLE</b>
1	Recepción de Hojas de vida	Filtro que cumpla con los requisitos. Recepción de 5 carpetas.
2	Pruebas de competitividad con el puesto	Capacidad de conocimiento, facilidad de expresarse, certificados y cursos obtenidos.
3	Entrevista con la persona seleccionada	Determinar la adecuación de un candidato o vacante dentro de la empresa
4	Verificación de datos y referencias	Entrega del manual de funciones, confirmar la veracidad de la información mencionada en la hoja de vida o entrevista.
5	Examen médico	Exámenes médicos de manipulación de alimentos, exámenes médicos de laboratorio sean confidenciales.
6	Entrevista con el comité de selección	Reunión con el Dueño, mesero y ayudante para aprobar la hoja de vida.
7	Decisión de contratar	Cuenta con el perfil del puesto, cumplimiento de competencias, potencial del candidato en la comunicación, sociable, amable y (forma de contratación, salario, beneficios)

**Fuente:** Investigación propia

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

#### 4.4.1.4 Manual de funciones

El manual de funciones sirve para capacitar y entrenar al nuevo personal, que se contratará a través del documento que forma la columna vertebral, se da a conocer toda la información que contiene el establecimiento de manera interna y externa, se regirán a las normas, políticas, reglamentos que posee, familiarizándose los objetivos, misión visión, estrategias, valores que cada persona debe apoyar para formar un buen equipo de trabajo.

Detalla minuciosamente el personal que va a laborar, cada uno con sus funciones en las respectivas áreas, desde el momento que ingresen al establecimiento, posee un organigrama estructural que está dividido en tres partes conformado por la gerencia, producción, y ventas cada uno esmerado

con las funciones que va a descifrar en el campo de trabajo, con la misión de alcanzar propósitos positivos y puntos a favor para la empresa ofreciendo bienes de calidad, servicio eficiente hacia el mercado potencial para garantizar la marca, logotipo y poner en alto el nombre de la empresa, a través de un valor que la “unión hace la fuerza para liderar”, resolver problemas o pequeños inconvenientes que se proporcionen, por parte de los proveedores y clientes. Se socializará argumentos del sueldo, beneficios, uniformes, horario de trabajo, vacaciones, sistemas de inventarios que se maneja dentro de la producción.

El elemento indispensable es el Chef ejecutivo porque dirigirá a los subordinados, deben poseer un espíritu colaborador, relacionarse con las personas a través de buena comunicación, crear un buen clima laboral, para rendir un trabajo eficiente y participar en cada actividad que se desarrolló en la empresa; al mismo tiempo con la estandarización de las recetas, poner en contacto con los proveedores para tener un excelente proceso de producción, materia prima de calidad, clasificación de la basura, manejo de desechos, para mitigar el impacto ambiental.

El objetivo del manual es capacitar al personal con conocimientos, segmentados sobre actividades principales en las áreas del establecimiento, requiere el compromiso de la persona contratada, para ofertar un trabajo de calidad, en cada aspecto y responsabilidad que desempeñe

El siguiente manual, se encuentra ubicado en el Anexo B.

#### **4.4.2 Marco Legal**

El restaurante está orientado en ser una empresa establecida por la ley, que está vigente en la República del Ecuador, de acuerdo a la constitución que fue aprobada el 28 de Agosto del 2008, como referencia los siguientes artículos que serán aplicados dentro de la empresa.

- ✓ Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas.
- ✓ Numeral 4.- Derecho a la igualdad formal, igualdad material, y no discriminación. (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 47**)
- ✓ Numeral 6.- El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 47**)

- ✓ Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 49**)
  
- ✓ Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley.
  
- ✓ Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 59**)
  
- ✓ Numeral 15.- Cooperar con el Estado y la comunidad en la seguridad social, y pagar los tributos establecidos por la ley. (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 60**)

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 151**)

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (**Asamblea Nacional República del Ecuador, 2008, pág. 151**)

Los artículos mencionados y las indicaciones que la empresa ha establecido en los diferentes ítems, se basa en un establecimiento que presta servicios de alimentos y bebidas dentro del cantón, inmerso de manera directa con el cliente, se estableció que la empresa estará conformada con 3 personas que laboran, determinando al establecimiento una pequeña empresa.

## **Ley del artesano**

Art. 285.- A quiénes se considera artesanos.- Se considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, y que tuviere bajo su dependencia no más de quince operarios y cinco aprendices; pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios. **(Ministerio del Trabajo, 2012, pág. 81)**

### Beneficios laborales

- ✓ Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas. **(Impuestolisto, 2017)**

### Beneficios sociales

- ✓ Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Acceso a las prestaciones del seguro social. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Extensión del seguro social al grupo familiar. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ No pago de fondos de reserva **(Impuestolisto, 2017)**

### Beneficios tributarios

- ✓ Facturación con tarifa 0% (I.V.A.) **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Declaración semestral del I.V.A **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías. **(Impuestolisto, 2017)**
  
- ✓ Exoneración del pago del impuesto a la renta. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ No están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador. **(Impuestolisto, 2017)**
- ✓ Devolución de retenciones en la fuente en casos específicos. **(Impuestolisto, 2017)**

#### 4.4.3 *Permisos requeridos para su funcionamiento*

**Tabla 27-4:** Permisos de funcionamiento

<b>GASTOS POR ORGANIZACIÓN</b>			
<b>PASOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
1	Inscripción en el SRI	0.00	No tiene costo
2	Registro de la patente municipal	60.00	Dimensión del local
3	Pago de permiso de bomberos	5.00	Tasa única
4	Registro en el Ministerio de Turismo	45.00	Categoría del local
5	Registro en el Ministerio de Trabajo	10.00	Categoría del local
6	Registro en el ARCSA	40.00	Categoría del local
7	Inscripción del taller en la junta del artesano	25.00	Tasa única
8	Permisos del Ministerio del Ambiente	0.00	No tiene costo
<b>TOTAL</b>		<b>185.00</b>	

**Fuente:** Estudio financiero

**Elaborado:** Elvis Jaramillo

#### 4.4.4 *Mitigar el impacto ambiental*

En esta etapa se determinara la afectación va a causar la creación del Restaurante en el medio ambiente por medio de una matriz.

**Tabla 28-4: Impacto ambiental**

No.	Impacto ambiental	Causa	Efecto	Acciones o alternativas	Para qué	Costo
1	Desechos orgánicos	Mal olor, mosquitos e insectos	Enfermedades para los clientes, denuncias y contaminación	Alimentar animales, producción de abono	Animales productos sanos y de buena calidad	0.00
2	Desechos inorgánicos	Plagas	Acumulación de basura, contaminación visual y peligro a la integridad del cliente.	Reciclar adecuadamente los alimentos	Minimizar la contaminación y el papel con el cartón para la venta.	30.00
3	Usos del agua	Incremento de costo	Pérdida económica por elevado valor de consumo. Privatizar el servicio a otras personas	Concientizar sobre este recurso no renovable a través de capacitaciones al personal	Prevenir accidentes de cortocircuitos, prever de interrupciones durante la jornada de trabajo.	30.00
4	Ruido	Molestias	Enfermedades para el oído	Proteger las áreas contra el ruido	Evitar molestias a los compañeros de trabajo	15.00
5	Población	Daños a la infraestructura	Contaminación ambiental	Planos para construir en lugares alejados de la contaminación vehicular.	Evitar el deterioro	50.00
6	Plaguicida	Almacenamiento de productos perecederos de manera incorrecta	Intoxicación. Problemas de riesgo a las mujeres embarazadas.	Lugar apropiado y etiquetado para los productos tóxicos.		80.00
7	Insecticida	Ocupar lugares destinados de la materia prima	Infección en la piel, contaminación cruzada.	Lugar apropiado para este producto.		80.00
8	Químicos	Falta de señalización y etiquetado	Provocar hasta la muerte.	Capacitación al personal de prácticas de aseo y manipulación de alimentos.		50.00
9	Higiene de los empleados	Ambiente incómodo para el personal de trabajo y los clientes	Insalubridad en el local y malas prácticas de higiene durante la producción.		Ofrecer buen aspecto personal en la cocina y respeto a los compañeros.	100.00

**Fuente:** Investigación propia  
**Realizado por:** Elvis Jaramillo

**Agua.-** Este líquido dentro del establecimiento es vital y de suma importancia para los seres vivos, por lo tanto es necesario saber utilizarlo con debida responsabilidad este recurso natural que nos provee la madre tierra.

El agua tiene infinidad de usos desde la preparación de alimentos, lavar todo tipo de utensilios, como riego de sembríos que se pueden encontrar dentro del establecimiento o fuera de él.

**Suelo.-** el suelo es un recurso natural de suma importancia para los seres humanos ya que su utilización es muy primordial para sembríos, edificaciones, carreteras, etc. Pero su explotación es desconsiderada y desmedida por la mano humana actualmente se está dando un debido cuidado al suelo para minimizar el deterioro de la madre tierra.

El establecimiento se encargara de mitigar el impacto ambiental que este ocasiona al suelo uno de los puntos que se llevara acaba para evitar la contaminación es la clasificación y recolección de la basura que genera la empresa por medio una recolección de los desechos orgánicos e inorgánicos.

**Aire.-** este factor es el más susceptible a sufrir drásticos deterioros de impacto ambiental que es ocasionado por la contaminación que se da por diversos factores como es la tala indiscriminada de bosque entre otros aspectos, la empresa minimizara y controlara la expulsión de dióxido de carbono de manera adecuada utilizando extractor de olores para evitar una contaminación excesiva, evitara a toda costa la quema de productos plásticos que ocasionen un daño ambiental al aire ya que este elemento es vital para los seres vivos.

#### *4.4.4.1 Acciones remediales*

Una de las responsabilidades de los seres humanos es controlar, disminuir lo más posible lo que es el deterioro ambiental que es causado por el mal uso de los recursos naturales que nos brinda la naturaleza y con el pasar de los años se está perdiendo poco a poco los recursos para ello la humanidad está realizando pequeños cambios en los hábitos de consumo tanto de alimentos industrializados como en el uso de los mismos esto permite que el ambiente se recupere un poco la vitalidad, es por eso que se aplicara una propuesta dentro de la empresa en donde la regla primordial es utilizar las tres R que significa; Reducir, Reciclar, Reutilizar.

## **Reducir**

Reducir los más mínimo el consumo de agua y energía apagar los aparatos electrónicos que no se estén utilizando en ese momento, apagar las luces que este innecesariamente encendidas con esto ayudamos al medio ambiente y se minimiza el gasto excesivo de servicios básicos.

## **Reutilizar**

Utilizar al máximo todo tipo de productos que se cuente en la empresa con ello se podrá evitara producir basura innecesaria y prolongar la vida útil de productos los cuales sean óptimos para ser reutilizados y causar daño al medio ambiente y los seres humanos.

## **Reciclar**

Materiales que no se puedan reutilizar en el establecimiento se convertirán en productos reciclables en la cual servirán con decoraciones en el establecimiento en la cual se incentivara la creatividad para crear nuevos productos que sirvan como adornos con esto se estará incentivando a buen reciclaje dentro de la empresa .

## 4.5 Estudio Financiero

### 4.5.1 Análisis de la inversión

**Tabla 29-4:** Inversión del proyecto

<b>RUBRO</b>	<b>INVERSIÓN REALIZADA</b>	<b>INVERSIÓN POR REALIZAR</b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>0.00</b>	<b>10738.51</b>	<b>10738.51</b>
MAQUINARIA Y EQUIPO		6029.15	6029.15
EQUIPO DE COMPUTO		1150.00	1150.00
MUEBLES Y ENSERES		2509.00	2509.00
MATERIALES INDIRECTOS		74.80	74.80
MENAJE Y VAJILLA		869.24	869.24
IMPREVISTOS (1%)		106.32	106.32
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>102.15</b>	<b>1056.47</b>	<b>1158.62</b>
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		185.00	185.00
GASTOS DE INSTALACIÓN		300.00	300.00
GASTOS DE PUBLICIDAD		410.00	410.00
GASTO CAPACITACIÓN AL PERSONAL		150.00	150.00
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	102.15		102.15
IMPREVISTOS (1%)		11.47	11.47
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>0.00</b>	<b>8901.29</b>	<b>8901.29</b>
MATERIA PRIMA		2475.36	2475.36
MANO DE OBRA DIRECTA		1640.25	1640.25
SUELDO VENTAS		1640.25	1640.25
SULDO ADMINISTRATIVO		1968.30	1968.30
GASTO ARRIENDO		750.00	750.00
COMBUSTIBLE Y		66.00	66.00

LUBRICANTES			
SUMINISTROS Y MATERIAES		18.00	18.00
SERVICIOS BÁSICOS		255.00	255.00
CONTINGENCIA		88.13	88.13
<b>TOTAL</b>	<b>102.15</b>	<b>20696.27</b>	<b>20798.42</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

**20798.42**

La elaboración de esta tabla ayuda a determinar el total de la inversión realizada, la cual será implementada dentro del proyecto tanto en activos fijos, diferidos y capital de trabajo dando un total de 20.798,42 de los cuales 102.15 están invertidos en publicidad, gastos de organización, capacitación entre otros y 20.696,27 es la inversión por realizar la misma que se deberá ver la forma de cómo financiarlo.

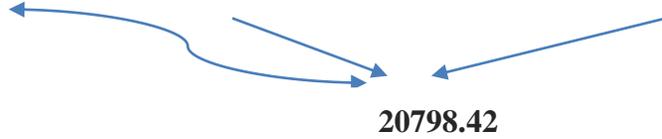
#### 4.5.1.1 Fuentes y usos

**Tabla 30-4:** Estado de fuentes y usos

RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIERAS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>10738.51</b>	<b>0.00</b>	<b>10738.51</b>	<b>0.00</b>
MAQUINARIA Y EQUIPO	6029.15		6029.15	
EQUIPO DE COMPUTO	1150.00		1150.00	
MUEBLES Y ENSERES	2509.00		2509.00	
MATERIALES INDIRECTOS	74.80		74.80	
MENAJE Y VAJILLA	869.24		869.24	
IMPREVISTOS (1%)	106.32		106.32	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>1158.62</b>	<b>1158.62</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	185.00	185.00		
GASTOS DE INSTALACIÓN	300.00	300.00		
GASTOS DE PUBLICIDAD	410.00	410.00		
GASTO CAPACITACIÓN AL PERSONAL	150.00	150.00		
GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	102.15	102.15		
IMPREVISTOS (1%)	11.47	11.47		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8901.29</b>	<b>2390.25</b>	<b>4035.68</b>	<b>2475.36</b>
MATERIA PRIMA	2475.36			2475.36
MANO DE OBRA DIRECTA	1640.25	1640.25	1640.25	
SUELDO VENTAS	1640.25		1640.25	
SULDO ADMINISTRATIVO	1968.30		1968.30	
GASTO ARRIENDO	750.00	750.00		

COMBUSTIBLE LUBRICANTES	Y	66.00	0.00	66.00	
SUMINISTROS Y MATERIAES		18.00		18.00	
SERVICIOS BÁSICOS		255.00		255.00	
CONTINGENCIA		88.13		88.13	
<b>TOTAL</b>		<b>20798.42</b>	<b>3548.87</b>	<b>14774.19</b>	<b>2475.36</b>

Fuente: Estudio financiero  
Realizado por: Elvis Jaramillo



En esta tabla se determina el total y origen de cada una de las fuentes de financiamiento para el proyecto, que se está realizando en la cual se podrá saber con exactitud el monto del crédito bancario que se realizara es de 14.774,19 el mismo que se realizó para un periodo de cinco años con una tasa de interés de 23,5%, resto de la inversión se lo realizara por medio de proveedores y con un capital propio

#### 4.5.1.2 Total de la inversión

**Tabla 31-4:** Clasificación de la Inversión

<b>CLASIFICACIÓN LA INVERSIÓN</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
ACTIVO FIJOS	10738.51
ACTIVOS DIFERIDOS	1158.62
CAPITAL DE TRABAJO	8901.29
<b>TOTAL</b>	<b>20798.42</b>

Fuente: Estudio financiero  
Realizado por: Elvis Jaramillo

Con la creación de esta tabla se podrá conocer el monto total de la inversión en cada uno de los activos y el capital de trabajo.

**Tabla 32-4:** Tipos de financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
PRÉSTAMO	14.774,19
PROPIO	3.548,87
PROVEEDORES	2.475,36
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>20.798,42</b>

Fuente: Estudio financiero  
Realizado por: Elvis Jaramillo

En este cuadro se detalla de manera breve el origen del dinero que se utilizó en la inversión del proyecto en cual se podrán en marcha.

#### 4.5.1.3 Amortización del préstamo

Préstamo: 14.774.19

Plazo: 5 Años

Interés: 23,5%

**Tabla 33-4:** Amortización de crédito bancario

<b>AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO</b>					
<b>PERÍODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>CUOTA PAGO</b>	<b>SALDO</b>
1	14774.19	3471.94	2954.84	6426.77	11819.35
2	11819.35	2777.55	2954.84	5732.39	8864.52
3	9455.48	222.04	2363.87	4585.91	7091.61
4	7654.39	1777.63	1891.10	3668.73	5673.29
5	6051.51	1422.10	1512.88	2934.98	4538.63

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Estos datos obtenidos por medio de la tabla se lograron conocer el total a pagar por cada cuota anual del interés más capital que en este caso es 4.585.91

**Tabla 34-4:** Amortización activos diferidos

<b>GASTO DE AMORTIZACIÓN</b>						
<b>Recursos Activos Diferidos</b>	<b>Proyección</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos de organización	185.00	37.00	37.00	37.00	37.00	37.00
Gastos de Instalación	300.00	60.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Gastos Publicidad	410.00	82.00	82.00	82.00	82.00	82.00
Gastos de Capacitación personal	150.00	30.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Gastos de experimentación	102.15	20.43	20.43	20.43	20.43	20.43
Imprevisto 1%	11.47	2.29	2.29	2.29	2.29	2.29
<b>TOTAL GASTO DIFERIDO</b>	<b>1158.62</b>	<b>231.72</b>	<b>231.72</b>	<b>231.72</b>	<b>231.72</b>	<b>231.72</b>
<b>SALDO DE DIFERIDO</b>	<b>1158.62</b>	<b>926.89</b>	<b>695.71</b>	<b>463.45</b>	<b>231.72</b>	<b>0.00</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Mediante este cálculo se puede determinar el monto exacto de la cuota de amortización que en este caso es de 231.72 la cual está establecida para 5 años.

4.5.1.4 Presupuestos

**Tabla 35-4:** Estructura de costos y gastos del proyecto

<b>ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO</b>					
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia prima	9901.44	10308.39	10732.06	11173.15	11632.37
Mano de obra directa	5046.75	5254.17	5470.12	5694.94	5929.00
Materiales indirectos	299.20	311.50	324.30	337.63	351.50
Combustible y lubricantes	264.00	264.00	264.00	264.00	264.00
Servicios básicos	561.00	584.06	608.06	633.05	659.07
Menaje	869.24				
Suministros y materiales	2323.23	2418.71	2518.12	2621.62	2729.37
Mantenimiento de equipos	450.00	468.50	487.75	507.80	528.67
Deprec. Maquinaria y Equipo	5486.53	4943.90	4401.28	3858.66	3316.03
Amortiz. G. de Experimentac.	20.43	20.43	20.43	20.43	20.43
Contingencia 1%	88.13	91.75	95.52	95.52	95.52
<b>Total Costos de Producción</b>	<b>24440.71</b>	<b>24665.41</b>	<b>24921.65</b>	<b>25206.80</b>	<b>25525.97</b>
<b>Gastos de Organización</b>					
Gasto Arriendo	300.00	3123.30	3251.67	3385.31	3524.45
<b>Amort. G. por organización</b>	<b>37.00</b>	<b>37.00</b>	<b>37.00</b>	<b>37.00</b>	<b>37.00</b>
<b>Amort. G. por capacitación</b>	<b>30.00</b>	<b>30.00</b>	<b>30.00</b>	<b>30.00</b>	<b>30.00</b>
Sueldos	6056.10	6305.01	6564.14	6833.93	7114.80

Servicios básicos	204.00	212.38	221.11	230.20	239.66
Suministros y Materiales	178.71	186.05	193.70	201.66	209.95
Deprec. De Equipo de Computo	805.00	460.00	115.00	0.00	0.00
Deprec. De Muebles y Enseres	2283.10	2057.38	1831.57	1605.76	1379.95
Imprevistos 1%	11.47	11.94	12.43	12.94	13.48
<b>Total Gasto de Administrac.</b>	<b>12605.47</b>	<b>12423.07</b>	<b>12256.63</b>	<b>12336.81</b>	<b>12549.29</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Sueldos	5046.75	5254.17	5470.12	5964.94	5929.00
Amortz. Gastos Publicidad	82.00	82.00	82.00	82.00	82.00
Suministros y Materiales	1072.26	1116.33	1162.21	1209.98	1259.71
Imprevistos 1%	106.32	110.69	115.24	119.98	124.91
Deprec. De Muebles y Enseres	112.91	112.91	112.91	112.91	112.91
Servicios Básicos	255.00	265.48	276.39	287.75	299.58
<b>Total Gasto de Ventas</b>	<b>6675.24</b>	<b>6941.58</b>	<b>7218.87</b>	<b>7507.55</b>	<b>7808.10</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Intereses Bancarios	3471.94	2777.55	2222.04	1777.63	1422.10
<b>Total Gasto Financiero</b>	<b>3471.94</b>	<b>2777.55</b>	<b>2222.04</b>	<b>1777.63</b>	<b>1422.10</b>
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>47193.35</b>	<b>46807.61</b>	<b>46619.18</b>	<b>46828.79</b>	<b>47305.46</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

En este cuadro se puede observar los costos y gastos totales que se realizarán durante la creación y comercialización de los productos que estarán incluidos todos los intereses del préstamo bancario que se va adquirir dentro del periodo anual, estará proyectado a cinco años de plazo.

#### 4.5.1.5 Presupuestos de costos de producción

**Tabla 36-4:** Costo de producción

<b>Costos de Producción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia prima	9901.44	10308.39	10732.06	11173.15	11632.37
Mano de obra directa	5046.75	5254.17	5470.12	5694.94	5929.00
Materiales indirectos	299.20	311.50	324.30	337.63	351.50
Combustibles y Lubricantes	264.00	264.00	264.00	264.00	264.00
Servicios básicos	561.00	584.06	608.06	633.05	659.07
Menaje	869.24				
Suministros y materiales	2323.23	2418.71	2518.12	2621.62	2729.37
Mantenimiento de equipos	450.00	468.50	487.75	507.80	528.67
Deprec. De Maquinaria y Equ.	5486.53	4943.90	4401.28	3858.66	3316.03
Amort. Gastos de Experiment.	20.43	20.43	20.43	20.43	20.43
Contingencia 1%	88.13	91.75	95.52	95.52	92.52
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>24440.71</b>	<b>24665.41</b>	<b>249121.65</b>	<b>25206.80</b>	<b>25525.97</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

En esta tabla se encuentra detallado todos los costos que están relacionados directamente con la elaboración de los productos que están incluidos desde la mano de obra directa, combustible, materia prima, entre otros se determina un costo anual de 24.440.71 con este monto se parte a realizar la proyección de cinco años llegando a tener como costo de producción en el quinto año a un total de \$ 25.525.97

#### 4.5.1.6 Presupuesto de gastos de administración

**Tabla 37-4:** Gasto de administración

<b>Gasto de Organización</b>					
Gastos Arriendo	3000.00	3123.30	3251.67	3385.31	3524.45
Amort. Gastos por organiz.	37.00	37.00	37.00	37.00	37.00
Amort. Gastos capacit.	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Sueldos	6056.10	6305.01	6564.14	6833.93	7114.80
Servicios Básicos	204.00	212.38	221.11	230.20	239.66
Suministros y Materiales	178.71	186.05	19.70	201.66	209.95
Deprec. Equipo de Computo	805.00	460.00	115.00	0.00	0.00
Deprec. Muebles y Enseres	2283.19	2057.38	1831.57	1605.76	1379.95
Imprevistos 1%	11.47	11.94	12.43	12.94	13.48
<b>Total Gasto de Administración</b>	<b>12605.47</b>	<b>12423.07</b>	<b>12256.63</b>	<b>12336.81</b>	<b>12549.29</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Con estos datos obtenidos se puede detallar todos los gastos que se realizarán dentro del área administrativa que se realizará del mismo modo que se ejecutó para los costos de producción en la cual se establece el total de gastos anuales que da un total de 12.605,47 con la misma proyección de cinco años que será de 12.549,29.

#### 4.5.1.7 Presupuesto de gastos de ventas

**Tabla 38-4:** Gasto de ventas

<b>Gasto de Ventas</b>					
Sueldos	5046.75	5254.17	5470.12	5694.94	5929.00
Amortización Gastos Publicidad	82.00	82.00	82.00	82.00	82.00
Suministros y Materiales	1072.26	1116.33	1162.21	1209.98	1259.71
Imprevistos 1%	106.32	110.69	115.24	119.98	124.91
Deprec. de Muebles y Enseres	112.91	112.91	112.91	112.91	112.91
Srvicios Básicos	255.00	265.48	276.39	287.75	299.58
<b>Total Gasto de Ventas</b>	<b>6675.24</b>	<b>6941.58</b>	<b>7218.87</b>	<b>7507.55</b>	<b>7808.10</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Los resultados que arroja esta tabla detalla todos los gastos que se van a realizar en la área de ventas son gastos directamente relacionados a la comercialización de los productos elaborados dentro de la Empresa, que en el primer año arroja la cantidad de \$6.675,24 la cual está proyecta para cinco años \$7.808,10.

4.5.1.8 Ingresos y egresos

**Tabla 39-4: Cuadro de Ingresos / Proyección de Venta**

<b>PROYECCIÓN INGRESO VENTAS</b>													
<b>Nombre de la receta</b>	<b>Cantidad Diaria</b>	<b>Cantidad Semanal</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Costo Unitario MP</b>	<b>Costo Anual MP</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	
Tilapia a la plancha	6	36	144	1728	1.98	3421.44	4.00	6912	8138.88	9365.76	10592.64	11819.52	1226.88
Sanduche carne	5	30	120	1440	1.66	2390.40	4.00	5760	6782.40	7804.80	8827.20	9849.60	1022.40
Ensalada cesar	6	36	144	1728	1.23	2125.44	3.00	5184	6410.88	7637.76	8864.64	10091.52	1226.88
Sanduche pollo	5	30	120	1440	1.29	1857.60	3.00	4320	5342.40	6364.80	7387.20	8409.60	1022.40
Sanduche tomato	5	30	120	1440	1.72	2476.80	3.00	4320	5342.40	6364.80	7387.20	8409.60	1022.40
Fajitas de pollo con verduras	6	36	144	1728	1.06	1831.68	2.50	4320	5546.88	6773.76	8000.64	9227.52	1226.88
Fajitas de carne con verduras	4	24	96	1152	1.31	1509.12	3.00	3456	4273.92	5091.84	5909.76	6727.68	817.92
Fajitas tomato con verduras	4	24	96	1152	1.19	1370.88	2.50	2880	3697.92	4515.84	5333.76	6151.68	817.92
Ensalada de frutas	6	36	144	1728	0.54	933.12	2.50	4320	5546.88	6773.76	8000.64	9227.52	1226.88
Yogurt con granola	5	30	120	1440	1.69	2433.60	3.00	4320	5342.40	6364.80	7387.20	8409.60	1022.40
Batido de taxo	6	36	144	1728	.45	777.60	1.50	2592	3818.88	5045.76	6272.64	7499.52	1226.88
Batido de banano	4	24	96	1152	0.40	460.80	1.50	1728	2545.92	3363.84	4181.76	4999.68	817.92
Batido de frutilla	4	24	96	1152	0.53	610.56	1.50	1728	2454.92	3363.84	4181.76	4999.68	817.92
Batido de mora	5	30	120	1440	0.56	806.40	1.50	2160	3182.40	4204.80	5227.20	6249.60	1022.40
Batido de mango	6	36	144	728	0.55	950.40	1.50	2592	3818.88	5045.76	6272.64	7499.52	1226.88
Yogurt con granola taxo	6	36	144	1728	1.75	3024.00	3.00	5184	6410.88	7637.76	8864.64	10091.52	1226.88
Yogurt con granola frutilla	7	42	168	2016	1.91	3850.56	3.00	6048	7479.36	8910.72	10342.08	11773.44	1431.36
Yogurt con granola mango	6	36	144	1728	1.91	3300.48	3.00	5184	6410.88	7367.76	8864.64	10091.52	1226.88
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>576</b>	<b>2304</b>	<b>27648</b>	<b>21.73</b>	<b>34130.00</b>	<b>47</b>	<b>73008</b>	<b>92638.08</b>	<b>112268.16</b>	<b>131898.24</b>	<b>151528.32</b>	

Fuente: Estudio financiero  
Realizado por: Elvis Jaramillo

#### 4.5.2 Estado de Ganancias y Pérdidas

**Tabla 40-4:** Estado de resultados

<b>Recursos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas Netas</b>	49646.00	51496.97	53613.50	55817.01	58111.09
(-) Costo de produccion	24440.71	24665.41	24921.65	25206.80	25525.97
(=) Utilidad Bruta	25023.29	26831.56	28691.85	30610.21	32585.12
(-) Gasto de Administración	12605.47	12423.07	12256.63	12336.81	12549.29
(-) Gasto de Ventas	6675.24	6941.58	7218.87	7507.55	7808.10
(=) Utilidad Operativa	5742.58	7466.91	9216.35	10765.85	12227.73
(-) Gasto Financiero	3471.94	2777.55	2222.04	1777.63	1422.10
(=) Utilidad antes de reparto de utilidades	2270.65	4689.37	6994.31	8988.22	10805.63
(-) Reparto de Utilidades					
(-) Impuesto a la Renta					
<b>(=) Utilidad Neta</b>					<b>10805.63</b>

**Fuente:** Estudio financiero

**Realizado por:** Elvis Jaramillo

En el estado de resultados se verificara la factibilidad del proyecto realizado, siendo la parte más primordial del emprendimiento ya que proyecta la utilidades que puede generar el proyecto dentro de un periodo determinado en el caso del Restaurante “Tomato” se observa que las utilidades es mayor a los costos y gastos durante los cinco años que esta como referencia.

### 4.5.3 Estado de situación financiera

**Tabla 41-4:** Balance general

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
Activo corriente (Capital de Trabajo)	8901.29	13978.23	14683.85	12011.78	14906.44	17713.47
Inventarios	944.04					
Activo Fijo	9794.47	9794.47	9794.47	9794.47	9794.47	9794.47
Depreciacion acumulada		-1113.43	-2226.87	-3340.30	-4453.73	-5567.17
Ac. Diferidos (V. anual amortizado)	1158.62	926.89	695.17	463.45	231.72	
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>20798.42</b>	<b>23586.17</b>	<b>22946.62</b>	<b>18929.39</b>	<b>20478.90</b>	<b>21940.77</b>
<b>PASIVO</b>						
Pasivo Corriente (Interes Bancario)		3471.94	2777.55	2222.04	1777.63	1422.10
Pasivo Largo P. (Crédito Bancario)	14774.19	11819.35	9455.48	3688.82	3688.82	3688.82
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>14774.19</b>	<b>15291.29</b>	<b>12233.03</b>	<b>5910.86</b>	<b>5466.45</b>	<b>5110.92</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	6024.23	6024.23	6024.23	6024.23	6024.23	6024.23
Utilidad de Ejercicios (Utilidad Neta)		2270.65	4689.37	6994.31	8988.22	10805.63
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>6024.23</b>	<b>8294.88</b>	<b>10713.59</b>	<b>13018.54</b>	<b>15012.45</b>	<b>16829.85</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>20798.42</b>	<b>23586.17</b>	<b>22946.62</b>	<b>18929.39</b>	<b>20478.90</b>	<b>21940.77</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

El balance general se puede observar tres cuentas principales: que son activos, pasivos y patrimonio. Este balance brinda la información resumida de todas las cuentas que se notifican en el proyecto, donde cada cuenta está asignada con un respectivo valor monetario previamente calculado, para así poder equilibrar cuánto dinero tiene la empresa en activos, en qué estado se encuentra las deudas y cuál es el nivel del patrimonio financiero.

#### 4.5.4 Estado de flujo del efectivo

**Tabla 42-4:** Flujo de caja

<b>RUBROS</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas		49464.00	51496.97	53613.50	55817.01	58111.09
Costos de Producción		24440.71	24665.41	24921.65	25206.80	2525.97
Gastos de Administración		12605.47	12423.07	12256.63	12336.81	12549.29
Gastos Ventas		6675.24	6941.58	7218.87	7507.55	7808.10
Gastos Financieros		3471.94	2777.55	2222.04	1422.10	1422.10
Utili. Antes de Rep. Util. Emple.		2270.65	4689.37	6994.31	9343.75	10805.63
Utilidad Neta		2270.65	4689.37	6994.31	9343.75	10805.63
Depreciaciones		940.77	768.12	595.46	491.80	422.64
Amortiza. Actu. Nominal		231.72	231.72	231.72	231.72	231.72
Invers. Maquinaria y Equipo	6029.15					
Inv. Terre y Obras Físicas						
Inversión Otros	4603.04					
Inv. Act. Nominal	1158.62					
Inv. Capital de Trabajo		8901.29				
Vehículo						
Imprevistos	106.32					
Recup. Capital de Trabajo						
Préstamos	14774.19					
Amort. Préstamos		2954.84	2954.84	2363.87	1891.10	1512.88
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>(2877.06)</b>	<b>9389.60</b>	<b>2734.37</b>	<b>5457.62</b>	<b>8176.17</b>	<b>9947.11</b>

Fuente: Estudio financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

El flujo de caja es un instrumento principal en la cual se mide la factibilidad del proyecto su indispensable fuente de información es el estado de resultado en el caso de Restaurante “Tomato” se puede observar que el flujo de efectivo tiene incremento anualmente haciendo que este proyecto sea viable y tenga utilidades factibles.

#### 4.5.5 Evaluación Económica

##### 4.5.5.1 Liquidez o Prueba Acida

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

**Tabla 43-4:** Prueba ácida

<b>Prueba ácida</b>	
Activo corriente	13978.23
Inventarios	944.04
Pasivo corriente	3471.94
<b>Total</b>	<b>3.75</b>

Fuente: Financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Con los datos que se obtiene por medio de esta fórmula en la cual se determina que por cada \$ 1 de deuda a corto plazo que tiene este proyecto dispone de un valor \$ 3,75 centavos para pagar la misma, es decir el establecimiento está en óptimas condiciones de realizar el pago inmediato de la totalidad de sus pasivos a corto plazo.

#### 4.5.6 Evaluación Financiera

##### 4.5.6.1 Valor neto actual

**Tabla 44-4: VAN**

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	<b>Factor de Actualización</b>	<b>Valor Actualizado</b>
1	9389.60	0,9988792361411	9379.08
2	2734.37	0,9977597283938	2728.24
3	5457.62	0,9966414753503	5439.29
4	8176.17	0,9955244756044	8139.58
5	9947.11	0,9944087277515	9891.49
Flujo Actualizado			35577.68
(-) Inversión de 5 años			20798.42
<b>VAN 1</b>			<b>14779.26</b>

Fuente: Financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Para la realización de este de este cuadro se toma en cuenta la base de flujo neto efectivo de los periodos de vida útil del proyecto, para determinar la viabilidad del valor neto actual es mayor a cero el emprendimiento es rentable; En este caso se ha obtenido un VAN de 14.779.26 esto dictamina que el proyecto es viable para su aplicación.

##### 4.5.6.2 Tasa interna de retorno

**Tabla 45-4: TIR**

<b>TIR=</b>	47%
-------------	-----

Fuente: Financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Mediante este índice se evalúa cual es el porcentaje de rentabilidad del proyecto en base a una tasa de rendimiento, el establecimiento tiene una TIR de 47% con este porcentaje se determina que el emprendimiento es rentable, mientras más alta sea la tasa interna de retorno más rentable es el proyecto.

#### 4.5.6.3 Razón beneficio costo

**Tabla 46-4:** Beneficio costo

<b>Razón B / C =</b>	<b><u>Flujo Neto de caja actualizado</u> Inversion Inicial</b>
<b>Razón B / C =</b>	<b><math>\frac{35.577.68}{20.798,42}</math></b>
<b>Razón B / C =</b>	<b>\$ 1,71</b>
<b>Relación. B. C.</b>	<b>\$ 0,71</b>

Fuente: Financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

#### 4.5.6.4 Período de Recuperación de la Inversión

**Tabla 47-4:** PRI

<b>Año</b>	<b>Flujos de efectivo</b>	<b>Flujos de efectivo actualizados</b>	<b>Ingresos actualizados</b>
<b>0</b>			<b>20798.42</b>
<b>1</b>	9389.60	9379.08	11419.34
<b>2</b>	2734.37	2728.24	8691.10
<b>3</b>	5457.62	5439.29	3251.81
<b>4</b>	8176.17	8139.58	-4887.77
<b>5</b>	9947.11	9891.49	14779.26

Fuente: Financiero

Realizado por: Elvis Jaramillo

Dentro del periodo de recuperación de la inversión de este proyecto cubre en la totalidad toda la inversión que se aplica en el emprendimiento desde su inicio hasta la rentabilidad se puede observar que se empieza a tener utilidad al tercer año a partir del primer año de inicio.

#### 4.5.6.5 Punto de equilibrio

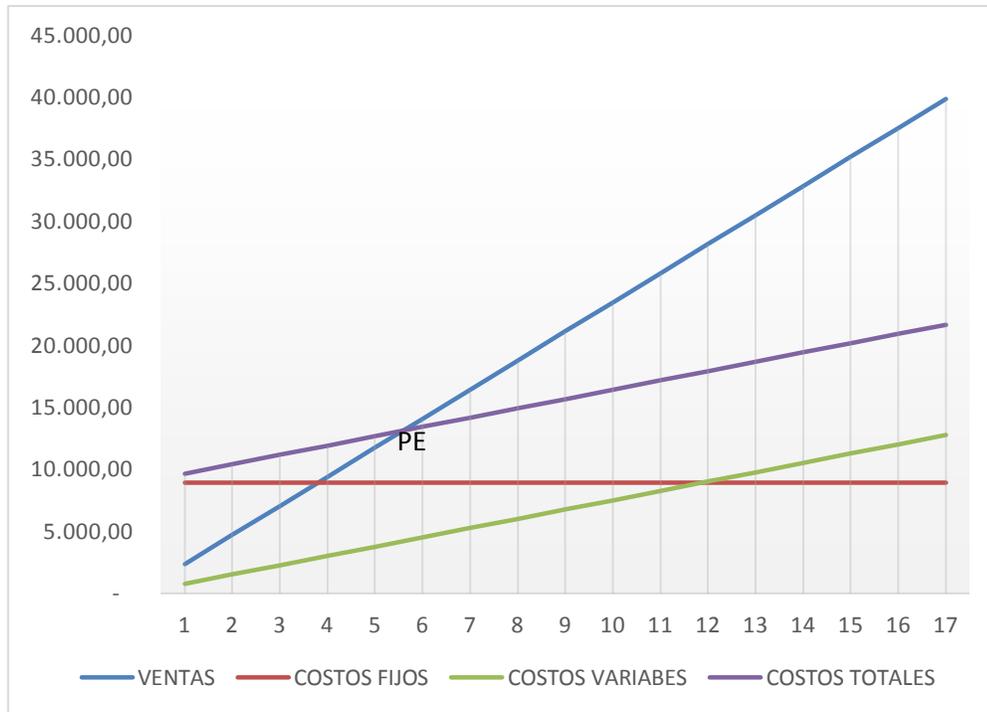
**Tabla 48-4:** Punto de equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
COSTOS FIJOS	\$ 8.901,29
PRECIO	\$ 2,34
COSTO VARIABLE	\$ 0,75
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 5.585,12
UTILIDAD	\$ -

<b>Unidades</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costos Fijos</b>	<b>Costos Variables</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Utilidades</b>
1000	2343.75	8901.29	750.00	9651.29	-7307.54
2000	4687.50	8901.29	1500.00	10401.29	-5713.79
3000	7031.25	8901.29	2250.00	11151.29	-4210.04
4000	9375.00	8901.29	3000.00	11901.29	-2526.29
5000	11718.75	8901.29	3750.00	12651.29	-932.54
6000	14062.50	8901.29	4500.00	13401.29	661.21
7000	16406.25	8901.29	5250.00	14151.29	2254.96
8000	18750.00	8901.29	6000.00	14901.29	3848.71
9000	21903.75	8901.29	6750.00	15651.29	5442.46
10000	23437.50	8901.29	7500.00	16401.29	7036.21
11000	25781.25	8901.29	8250.00	17151.29	8629.96
12000	28125.00	8901.29	9000.00	17901.29	10223.71
13000	30468.75	8901.29	9750.00	18651.29	11817.46
14000	32812.50	8901.29	10500.00	19401.29	13411.21
15000	35156.25	8901.29	11250.00	20151.29	15004.96
16000	37500.00	8901.29	12000.00	20901.29	16598.71
17000	39843.75	8901.29	12750.00	21651.29	18192.46

Fuente: Financiero

Elaborado por: Elvis Jaramillo



**Gráfico 12-4:** Punto de equilibrio

**Fuente:** Financiero

**Elaborado por:** Elvis Jaramillo

El punto para este proyecto es de \$5.585,12 es decir que se deberá vender 11.718,75 unidades a un precio de \$ 2,34 centavos para que el costo fijo sea 0

#### 4.5.7 Evaluación Social

**Tabla 49-4:** Evaluación social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN RIOBAMBA	47.159	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	3	
APORTE		0,00624%

**Fuente:** INAC

**Elaborado:** Elvis Jaramillo

El establecimiento aportara a la sociedad fuentes de empleo específicamente a la población perteneciente al cantón Riobamba, estará orientada a satisfacer las necesidades de cada cliente que esté dispuesto a visitar esta empresa en cuanto a los productos que se ofrecerá tendrá un plus agregado de esta manera habrá una demanda, sin dejar a un lado la atención al cliente que será enfocado a un servicio personalizado que existirá un buzón para cada sugerencias que participen cada cliente esto ayudara al progreso de la empresa.

#### **4.5.8 *Evaluación ambiental***

Las empresas que pertenecen al área de alimentos y bebidas son productoras de todo tipo de desechos tanto orgánicos como inorgánicos es por eso que este establecimiento Restaurante “Tomato” residirá enfocada al reciclaje la cual se aplicara el método de las 3R, con el fin de reducir los desechos y así causar un mínimo impacto ambiental.

El beneficio que tiene al aplicar este procedimiento de las 3R es de reducir el volumen de residuos creados dentro del establecimiento, reciclar y reutilizar los productos con el fin de apoyar al cuidado del medio ambiente.

## CONCLUSIONES

- ✓ Posterior de realizar el estudio de mercado se pudo concluir que en la ciudad de Riobamba sector urbano existe una demanda insatisfecha por lo cual el proyecto que se realizo es factible con una demanda 70% , es decir que las encuesta que fueron realizadas dentro del sector urbano de la ciudad de Riobamba específicamente parroquias: Velasco, Lizarzaburu, Veloz, Maldonado y Yaruquies , sobre entendiéndose que tiene una aceptabilidad por parte de los habitantes de esta sector y los turista que visiten el Restaurante “TOMATO”.
- ✓ Realizado los diferentes estudios para la ejecución del proyecto pudo que el emprendimiento es factible para su creación, ya que se encuentra en lugar estratégico, en un barrio conocido de la ciudad de Riobamba a su alrededor existe diferentes instituciones educativa, y es un lugar seguro ya que a pocos metros esta una Unidad de Policía UPC , a su vez es acorde con la propuesta es un lugar amigable para el medio ambiente debido a que no tiene un gran impacto ambiental dentro del cantón por lo que se elaboró un manual de funciones el mismo que fue realizado tomando en cuenta la normativa legal vigente con la información necesaria para que las labores sean desempeñadas a cabalidad por el personal de la empresa.
- ✓ El proyecto de comida saludable Restaurante “TOMATO” es viable financieramente ya que cuenta con valores monetarios que se obtuvieron de la siguiente manera: valor actual neto (VAN) positivo es igual \$14.779,26 la tasa de retorno (TIR) es de 47% la relación beneficio/costo corresponde a \$1,71 por cada dólar invertido se obtiene de ganancia 0,71 el periodo que es de cuatro años.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Es recomendable que se realice cada 5 años un estudio del mercado tomado en cuenta las necesidades de los consumidores y de que esta propuesta al ser innovadora deberá ajustarse a los requerimientos de población mejorando su atención , servicio y ofertando más para futuros clientes tanto nacionales, locales y extranjeros que cada año visitan el cantón.
- ✓ Para que se ejecute es proyecto es necesario tomar en cuenta el estudio técnico y financiero para aplicar que esté acorde a la normas que se encuentran vigentes en nuestro país, el mismo que debe ser impartido en primera instancia con una capacitación de inducción al personal de la empresa, los cuales son responsables en cada una de sus áreas, esto permitirá un funcionamiento adecuado y eficaz.
- ✓ Se propone la implementación del restaurante de comida saludable “TOMATO” que estará ubicada en el cantón Riobamba , Barrio La Primavera , ya que los resultados que se obtuvo dentro del estudio financiero indica que este proyecto es factible por su ubicación .

## **GLOSARIO**

**Aditivos:** Sustancia que se agrega intencionadamente a los alimentos y bebidas en cantidades mínimas con objeto de modificar sus caracteres organolépticos o facilitar o mejorar su proceso de elaboración o conservación.

**Alimentación:** Proceso mediante el cual los seres vivos consumen diferentes tipos de alimentos para obtener de estos los nutrientes necesarios para sobrevivir y realizar todas las actividades necesarias del día a día.

**Alimento procesado:** Alimento que ha sido tratado o modificado mediante algún proceso con el fin de conservarlo o para mejorar alguna cualidad organoléptica.

**Caloría:** Unidad de medida de la energía en nutrición.

**Carbohidrato:** Compuesto químico formado por carbono, hidrógeno y oxígeno.

**Carbohidratos complejos:** (cereales, legumbres, patata, etc.) y carbohidratos simples o azúcares (miel, fruta, leche, etc.). Proporcionan energía al organismo.

**Colesterol:** Tipo de grasa que se sintetiza, principalmente, en el hígado y puede también ingerirse a través de la alimentación. Se encuentra exclusivamente en los alimentos de origen animal.

**Comida:** Acción de tomar alimentos a una hora determinada del día.

**Diabetes:** Enfermedad provocada por el déficit de insulina. Se produce una incapacidad del organismo para utilizar los hidratos de carbono como fuente de energía.

**Dieta:** Conjunto de las sustancias alimenticias que componen el comportamiento nutricional de los seres vivos. El concepto proviene del griego *diáita*, que significa modo de vida. La dieta, por lo tanto, resulta un hábito y constituye una forma de vivir.

**Grasa monoinsaturada:** Grasa en la cual predominan los ácidos grasos mono insaturados, solo existe un doble enlace entre sus ácidos grasos, es líquida a temperatura ambiente., un alimento muy rico en esta grasa es el aceite de oliva.

**Grasa poliinsaturada:** Grasa en la cual predominan los ácidos grasos poliinsaturados. Existen dos o más dobles enlaces entre sus ácidos grasos. El aceite de girasol es un alimento muy rico en este tipo de grasa. Es líquida a temperatura ambiente.

**Grasas saturadas:** Grasa en la cual predominan los ácidos grasos saturados (sin ningún doble enlace). Suele ser sólida a temperatura ambiente. Un elevado consumo de este tipo de grasa se relaciona con la mayor incidencia de enfermedades cardiovasculares.

**Nutrientes:** Productos químicos para sus funciones vitales.

**Saludable:** Alimentos aptos para el consumo, sin perjuicio a la salud.

**Sobrepeso:** Vinculado a la grasa corporal, que suele denominarse obesidad, se genera a partir de una ingesta excesiva de alimentos grasos.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguirre Cox, G. V. (25 de 10 de 2011). *Estudio de factibilidad para la apertura de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Riobamba, 2011*. Riobamba: L.N.S. Recuperado el 10 de 04 de 2017, de Estudio de factibilidad para la apertura de un restaurante de comidas típicas en la ciudad de Riobamba, 2011.

Antamba, E. (09 de 04 de 2012). *Introducción a la historia de la gastronomía*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.

Asamblea Nacional República del Ecuador. (Octubre de 20 de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Constitución 2008: <http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/private/asambleanacional/filesasambleanacionalnameuid-20/transparencia-2015/literal-a/a2/Const-Enmienda-2015.pdf>

Benalcazar, A. (2013). *Sociedad y alimentación*. Loja: Salectiana.

Brito, J. (27 de 10 de 2010). *Excelencia gourmet*. Recuperado el 26 de 02 de 2017, de Excelencia gourmet: <http://www.excelenciasgourmet.com/noticias/los-tipos-de-servicios-en-el-restaurante>

Caminos, J. (2017). Los problemas de sobrepeso en el Ecuador. *Educando con decisión*, 45.

Cooper, B., Floody, B., & McNeill, G. (2002). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Colombia: Norma S.A.

Dolly Tejada, B. (2007). *Administración de servicios de alimentación. Calidad, nutrición, productividad y beneficios*. Colombia: Universidad de Antioquia.

Fonseca, E., Raya, J., & Porrata-Doria, E. (2007). *Turismo hotelería y restaurantes*. Lima - Perú: Lexus editores.

García, M., Óscar, G., & Gelio Carlo, G. (1999). *Alimentos y Bebidas Higiene, manejo y preparación*. Mexico, Mexico : CONTINENTAL,S.A.DE.C.V.

Hernández Morales, G. R. (14 de 12 de 2012). *Proyecto restaurante Marcus apicius*. Recuperado el 26 de 02 de 2017, de Proyecto restaurante Marcus apicius: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1790/1/106415.pdf>

- Impuestolisto. (23 de junio de 2017). *derechos obligaciones los artesanos ante sri*. Obtenido de [impuestolisto.com](https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/): <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>
- INEC. (12 de 2010). *Ficha de Cifras Generales INEC*. Obtenido de Ficha de Cifras Generales INEC: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0601\\_RIOBAMBA](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0601_RIOBAMBA)
- Larrea Ramírez, S. N. (12 de 09 de 2014). *Cocina ecuatoriana tradicional: Cocina tradicional y auténtica en la región interandina del Ecuador; del Carchi al macara recorriendo sabores de antaño*. Recuperado el 26 de 02 de 2017, de *Cocina ecuatoriana tradicional: Cocina tradicional y auténtica en la región interandina del Ecuador; del Carchi al macara recorriendo sabores de antaño*: <https://www.laylita.com/recetas/platos-fuertes-ecuatorianos/>
- Ministerio del Trabajo. (26 de Septiembre de 2012). *Código de trabajo*. Obtenido de [trabajo.gob.ec](http://www.trabajo.gob.ec): <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Montes, H. (2014). *Los estudios del proyecto*. Loja: Saieciana.
- Olivas Weston, R. (2010). *Cocinas regionales andinas*. Quito - Ecuador: Corporación Editora Nacional .
- Ortiz , I. (25 de 01 de 2013). *Comidas tradicionales ecuatorianas*. Recuperado el 15 de 09 de 2017, de *Comidas tradicionales ecuatorianas*: <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/comidas.html>
- Polo Caicho, M. G. (2009). *Estudio de factibilidad para la implementación de un Servicio de Catering en la refinería estatal de Esmeraldas Filial Petroecuador*. Riobamba- Ecuador: L..N.S. Recuperado el 16 de 02 de 2017, de *Estudio de factibilidad para la implementación de un Servicio de Catering en la refinería estatal de Esmeraldas Filial Petroecuador*.
- Ramírez, D., Vidal , A., & Domínguez, Y. (11 de 12 de 2009). *Etapas del análisis de factibilidad*. Recuperado el 15 de 03 de 2017, de *Contribuciones a la Economía*: <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Real Academia Española. (s.f.).
- Real Academia Española, G. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Madrid: Espasa Libros, S. L. U.

Rojas, L. E. (2012). *El gran libro de la cocina Ecuatoriana*. Quito - Ecuador: Circulo de lectores S.A.

Usca Tiuquinga , M. S. (18 de 05 de 2013). *Inventario de servicios gastronomicos del cantón Chambo para su aprovechamiento turistico sustentable*. Obtenido de Inventario de servicios gastronomicos del cantón Chambo para su aprovechamiento turistico sustentable: <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/2322>

Valenzuela Alvarez, L. X. (27 de 04 de 2016). "*Análisis de las técnicas culinarias ancestrales para su aplicación en elaboraciones de la cocina cuencana*". Recuperado el 26 de 02 de 2017, de "*Análisis de las técnicas culinarias ancestrales para su aplicación en elaboraciones de la cocina cuencana*".: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24408/1/TESIS.pdf>

## ANEXOS

### Anexo A: Encuesta



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

Reciba un cordial saludo, solicito a usted de la manera más comedida se sirva contestar las siguientes preguntas.

**Objetivo.-** Obtener información para la creación del restaurante “TOMATO” en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

**Instrucciones.-** Seleccione las respuestas y marque con una (x), según su criterio.

**1. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un restaurante de Comida Saludable de la serranía ecuatoriana, en el Cantón Riobamba?**

SI ( ) NO ( )

¿Por qué?

.....  
.....

**2. ¿Si se llegara a implementar el restaurante usted está dispuesto a visitar?**

SI ( ) NO ( )

**3. Al seleccionar un restaurante que aspectos usted toma en cuenta**

- a. Tipo de comida que brinda ( )
- b. Comodidad de su entorno ( )
- c. Precio ( )
- d. Espacio de parqueo ( )
- e. Horario de atención ( )

**4. ¿Qué tipo de servicio le gustaría que le ofrezca el restaurante?**

- a. Servicio a la carta ( )
- b. Tipo buffet ( )
- c. Otras.....

**5. En promedio ¿Cuál es el consumo en dólares que usted estaría dispuesto a realizar en el restaurante?**

- a) De 2,50 ( )
- b) De 3,00 a 4,00 ( )

- c) De 3,75 a 4,50 ( )
- d) De 5 a 7,00 ( )

**6. ¿Cuál es la frecuencia con la que usted visitaría el restaurante?**

- Una vez a la semana ( )
- Cada dos semanas ( )
- Mensual ( )
- Rara vez ( )
- De vez en cuando ( )

**7. De los siguientes enunciados con ¿Cuál de ellos le gustaría que se identifique el restaurante?**

- a. Comida Saludable de buen sabor..... ( )
- b. ¡¡Mmm que rico, disfruta la receta perfecta!!! ( )
- c. Venir a mí y saciare sus antojos ( )

**8. ¿En qué lugar prefiere, la ubicación del establecimiento?**

- a. En un barrio conocido de la ciudad ( )
- b. En la vía perimetral ( )
- c. Al este de la ciudad ( )

**9. De las siguientes promociones. ¿Cuál de ellas le gustaría que se efectúe?**

- a. Lunes por la compra de una fajita de pollo reclame 1 jugo gratis. ( )
- b. Jueves por la compra de 4 sandwiches tomato, lleve un sandwich a su elección gratis. ( )
- c. Domingo 2 x 1 en cualquier producto ( )

**10. ¿Qué medios de comunicación usted prefiere para informarse sobre restaurantes típicos?**

- a) Televisión ( )
- b) Redes sociales ( )
- c) Tarjetas de presentación ( )
- d) Afiches ( )
- e) Página web ( )

**11. ¿Qué tipos de servicios le gustaría que le ofrezca el restaurante?**

- a) Ambiente agradable ( )
- b) Juegos infantiles ( )
- c) Variedad de platos ( )
- d) Atención al cliente ( )
- e) Todas las anteriores ( )

**12. ¿Usted conoce establecimientos que presten el servicio de Comida Saludable de la serranía en el Cantón Riobamba?**

Si..... No.....

-Si su respuesta fue afirmativa mencione cuales son estos establecimientos

.....  
.....

- 13. Usted se siente satisfechos con los servicios ofertados por estos establecimientos**  
SI ( ) NO ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo B:** Manual de funciones



## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad los hábitos de consumo en alimentos y estilo de vida que lleva cada persona están cambiando por lo cual en un establecimiento de restaurante es indispensable tener claro dos aspectos fundamentales la seguridad alimentaria y la higiene que ofrecemos a nuestros clientes para evitar contaminación cruzada en el área de trabajo, alteraciones de intoxicación en los consumidores debemos poner en práctica normas de seguridad que nos ayudan en el área de producción mantener etiquetado los alimentos, alta higiene para evitar la proliferación de bacterias o microorganismos.

El restaurante debe poseer una correcta higiene en el personal, debida instalación de equipos con su mantenimiento, acuerdo mutuo con proveedores, almacenamiento de materia prima, poner énfasis en la preparación y manipulación de alimentos, cumplir con la temperatura optima en la cocción y cocinado de cada alimentos, limpieza y desinfección, medidas preventivas para la infestación de plagas y peligros que contaminen.

La importancia de poner en práctica cada parámetro se ve reflejado en el resultado final ya que se obtiene materia prima de calidad con las temperaturas correctas debido a un almacenamiento óptimo para ofrecer una alimentación saludable, buen ambiente de trabajo, limpieza e higiene en cada proceso de la manipulación de alimentos, correcto etiquetado de alimentos para evitar confusiones y ahorrar tiempo, además buena comunicación entre el líder y su equipo de trabajo para fortalecer los valores que tiene la empresa enfocados en un solo objetivo de brindar un servicio de calidad garantizando la salud de cada cliente para superar las expectativas, gustos y preferencias.

## **“TOMATO”**

### **Misión**

Ser una empresa que confía plenamente en su gente y convencidos en una alimentación sana con productos de calidad de la gastronomía para satisfacer un paladar exigente del cliente, con el fin de posesionarse en el mercado.

### **Visión**

Alcanzar un alto reconocimiento en la gastronomía nacional por ser un restaurante que brinda productos de calidad aplicando las normas de higiene, excelente atención al cliente, enfocados a complacer las necesidades de las personas, con un buen gusto y el amor al trabajo.

Políticas	Estrategias
Contratar personal calificado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reclutamiento del personal.</li> <li>✓ Capacitación en la inducción del personal.</li> <li>✓ Buscar proveedores agrícolas que no trabajen con insecticidas.</li> </ul>
Ejecutar entrenamientos, para el excelente desempeño de todos los trabajadores en sus presentes y futuros cargos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Incentivar a los empleados mediante una confianza respetuosa a su trabajo que se alcanza ver manifestada en un fin monetario.</li> <li>✓ Crear un ambiente laboral cómodo para los empleados</li> <li>✓ Establecer un compromiso, poniéndose la camiseta de la empresa para brindar un buen servicio y atención amable.</li> </ul>
Concientización a los empleados sobre el prejuicio de la contaminación	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacitaciones sobre el impacto ambiental</li> <li>✓ Implementación de un programa de las 3 R:</li> <li>✓ Colocación de basureros plásticos para la clasificación de la basura.</li> </ul>

### Valores del establecimiento

#### De trabajo

- ✓ Vocación por el trabajo
- ✓ Responsable
- ✓ Integridad
- ✓ Trabajo en equipo

- ✓ liderazgo

### **Axiológicos**

- ✓ Comprometido
- ✓ Amigable
- ✓ Leal
- ✓ Respetoso
- ✓ Honesto

### **Manual de funciones**

#### **A. Gerencia**

##### **Horarios**

Los horarios establecidos constan de la siguiente manera:

- ✓ Todo el personal tendrá un día libre a la semana que es el día lunes.
- ✓ Dentro del personal tendrá media hora para almorzar.

##### **Vacaciones**

- ✓ Del personal se cumplirá a partir del mes de enero de acuerdo a la fecha que ingreso.
- ✓ Los meses de Noviembre y Diciembre no tendrán vacaciones ni los días festivos y feriados.
- ✓ La persona que salga de vacaciones, su cargo será suplementado por las demás personas.

##### **Uniforme**

Todos los empleados deben usar el uniforme de acuerdo a la función que desempeñe lo cual será como una medida de seguridad, higiene y sanización durante el transcurso productivo de alimentos desde la compra, recepción, almacenamiento, preparación y servicio al comensal esto facilitará cumplir con los estándares de calidad y las leyes de manipulación de alimentos establecidos, de esta manera se evitara la contaminación cruzada, a través de microorganismos patógenos que pueden transmitir enfermedades, también se asume el riesgo de pérdidas económicas y que la imagen del establecimiento se deshonre.

Las reglas en los uniformes son:

- ✓ Cada empleado poseerá mínimo 2 uniformes.
- ✓ El uniforme se empleará durante la jornada de trabajo.
- ✓ Se usará todo el uniforme completo:

**Producción:** camiseta de manga Corta, Pantalón, delantal, malla, zafarí o gorra de chef, zapatos de cocina antideslizantes.



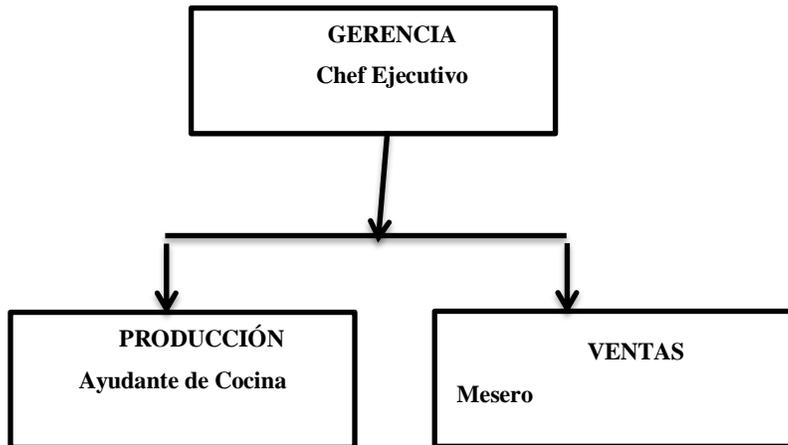
**Servicio:** Pantalón negro de tela, camisa, delantal, gorra y zapatos negros.



Todo el personal corresponderá a cuidar su aseo personal, llevar siempre el cabello recogido para las mujeres y el cabello corto para los hombres, uniforme limpio y unas cortas.

### **Organigrama estructural**

El establecimiento “Tomato”



### **Funciones de Gerencia y Producción**

- ✓ Estandarización de recetas estándar con el Menú semanal de la materia prima
- ✓ Realiza contacto a proveedores y recepción de materia prima.
- ✓ Asegurar que se cumpla la calidad estándar de los alimentos y bebidas en el servicio al comensal.
- ✓ Lleva los ingresos y egresos.
- ✓ Revisa reportes del departamento y compra.
- ✓ Revisar el uniforme del personal.
- ✓ Rotación de productos
- ✓ Etiquetado de productos
- ✓ Limpieza de la bodega, pisos, baños
- ✓ Revisión del inventario junto con el Chef Ejecutivo.

### **Funciones de las ventas**

- ✓ Saludar y dar la Bienvenida a los clientes.
- ✓ Atender las llamada vía telefónica
- ✓ Brindar información acerca de la especialidad de la casa y las promociones.
- ✓ Recibir el Pago de los clientes





RESTAURANTE "TOMATO"										
KARDEX										
Artículo:					Unidad de Medida:					
Método:										
Fecha	Detalle	Entradas			Salidas			Existencias		
		Cant.	PU.	PT.	Cant.	PU.	PT.	Cant.	PU.	PT.

**Requisición de materiales a proveedores**

RESTAURANTE "TOMATO"				
Informe de Recepción de Materia Prima				
Fecha de Recepción: _____		Orden de compra No.: _____		
Proveedor	Código	Descripción	Cantidad	Observaciones

\_\_\_\_\_  
**RECIBIDO POR:**

## TARJETAS DE TIMBRADOS

RESTAURANTE "TOMATO"						
Tarjeta Reloj						
Nombre del Trabajador:						
Mes:						
Semana del:                    al:                    del 2018						
ENTRADA		SALIDA		HORAS	TOTAL	FIRMA
Martes		Martes				
Miércoles		Miércoles				
Jueves		Jueves				
Viernes		Viernes				
Sábado		Sábado				
Domingo		Domingo				

### B. La Cocina



#### Distribución de la cocina

Se distribuirá de la siguiente manera:

**Producción:** Lugar amplio para el mise en place de las áreas.

**Cocina fría:** Lugar de preparar ensaladas,

**Cocina caliente:** Lugar de los platillos calientes

**Zona de despacho:** Colocar los platos montados para que lleve el personal de servicio.

**Posillería:** Lugar para lavar y secar la vajilla

**Zona de frutas:** Elaborar Jugos y Batidos

**Recepción:** Recibir la materia prima de los proveedores

**Bodegas:** Almacenaje de los productos perecederos, y no perecederos.

#### Mantenimiento de la cocina

Cada día durante y después de la jornada se va a realizar:

- ✓ Limpiar puertas y paredes
- ✓ Enjuagar refrigeradores y congeladores
- ✓ Lavar los tachos de basura
- ✓ Lavar los hornos, estufas,
- ✓ Baldear los pisos y pasillo.

### **Funciones del personal de la cocina**



### **Chef Ejecutivo**

- ✓ Capacidad de liderazgo con los empleados
- ✓ Establecer el menú del día y la carta
- ✓ Hacer las órdenes de requisición
- ✓ Supervisa ventas y la existencia de productos cada día en cada departamento para hacer el pedido de compras
- ✓ Supervisar el área de trabajo para su buen funcionamiento de las máquinas y utensilios

### **Ayudante de la Cocina**

- ✓ Disponer adecuadamente de los utensilios y materiales para el trabajo.
- ✓ Realizar el mise en place de legumbres, hortalizas, carnes y frutas.
- ✓ Prepara fondos, salsa, ensaladas.

- ✓ Colaborar en la organización el arreglo de la cocina
- ✓ Apoyar con sus servicios al Chef en la preparación de diversos platos.
- ✓ Sacar la basura antes que pase el carro recolector y luego lavarlos tachos de basura.

### **C. El Comedor**



#### **Distribución del comedor**

##### **Este constituido de la siguiente manera:**

- ✓ Puerta de entrada
- ✓ Recepción: Lugar que brinda información y los clientes cancelan su pedido.
- ✓ Mobiliario: Que contengan bebidas de gaseosas, cristalería, y cubiertos.
- ✓ Comedor Principal: Posee sillas con forros, mesas armadas con mantelería, tapices con imágenes de la serranía ecuatoriana, adecuada iluminación. Y un espacio de baños y espacio para la basura.
- ✓ En la parte posterior un camerino de empleados para guardar sus pertenencias y de descanso.

#### **Servicio de comedor**

##### **Procedimiento para sentar a los clientes**

El Chef Ejecutivo dará la bienvenida a los clientes dependiendo del número que ingresen para su respectiva ubicación si es una familia será en una mesa familiar, en pareja se le asignara una mesa para dos personas con la ayuda del mesero.

##### **Funciones del personal del servicio**

##### **Mesero**

- ✓ Poseer un espíritu de colaboración con el cliente.
- ✓ Atender cada estación que le toque trabajar.
- ✓ Hacer la limpieza, alineación de sillas y montaje de mesas.
- ✓ Tomar la orden y llevar de inmediato a la cocina
- ✓ Llenar la comanda y la copia entregar a la cocina y una para la cancelación del pedido.
- ✓ Agradecer por su visita e invitarlo que regrese.

### **D. Procedimientos**

#### **Manejo de desechos**



- ✓ La basura se debe retirar lo más rápido del área de producción para evitar malos olores, plagas de mosquitos.
- ✓ Tener la adecuada clasificación de la basura con la utilización de tres recipientes de basura con el correcto etiquetado de un tacho solo papel y plástico, solo vidrio con latas de metal y otro de comida orgánica

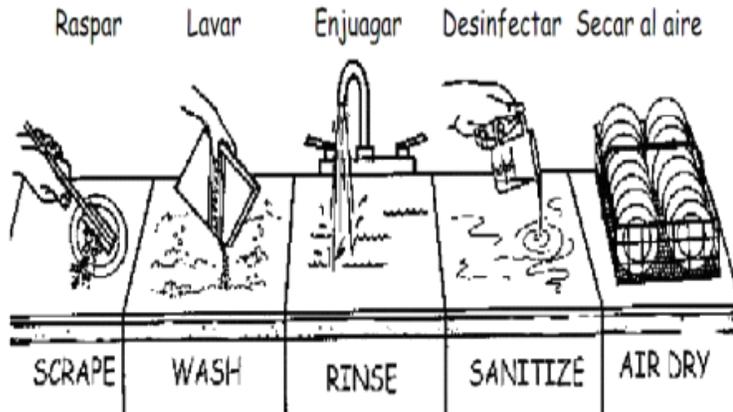
### **Limpieza y desinfección**

#### **Químicos utilizados**

- ✓ Jabón líquido para las manos :
- ✓ Gel para las manos: desinfectar las manos  
Jabón líquido, sin olor ni color, es decir neutro
- ✓ Sani T-10:  
Desinfectante de Verduras, color transparente idóneo de excluir bacteria usada en el tiempo apropiado
- ✓ Rocleen:  
Desinfectante de superficies, de color transparente tóxico para la personas.
- ✓ Limpia vidrios: limpiar ventanas, vidrios del baño.
- ✓ Cloro: Limpiar y desinfectar baños, pisos.
- ✓ Deja: Utilizado para lavar los baños con la combinación de cloro y la utilización de guantes.

### **Limpieza por los sectores**

#### **Proceso correcto del lavado de la vajilla**

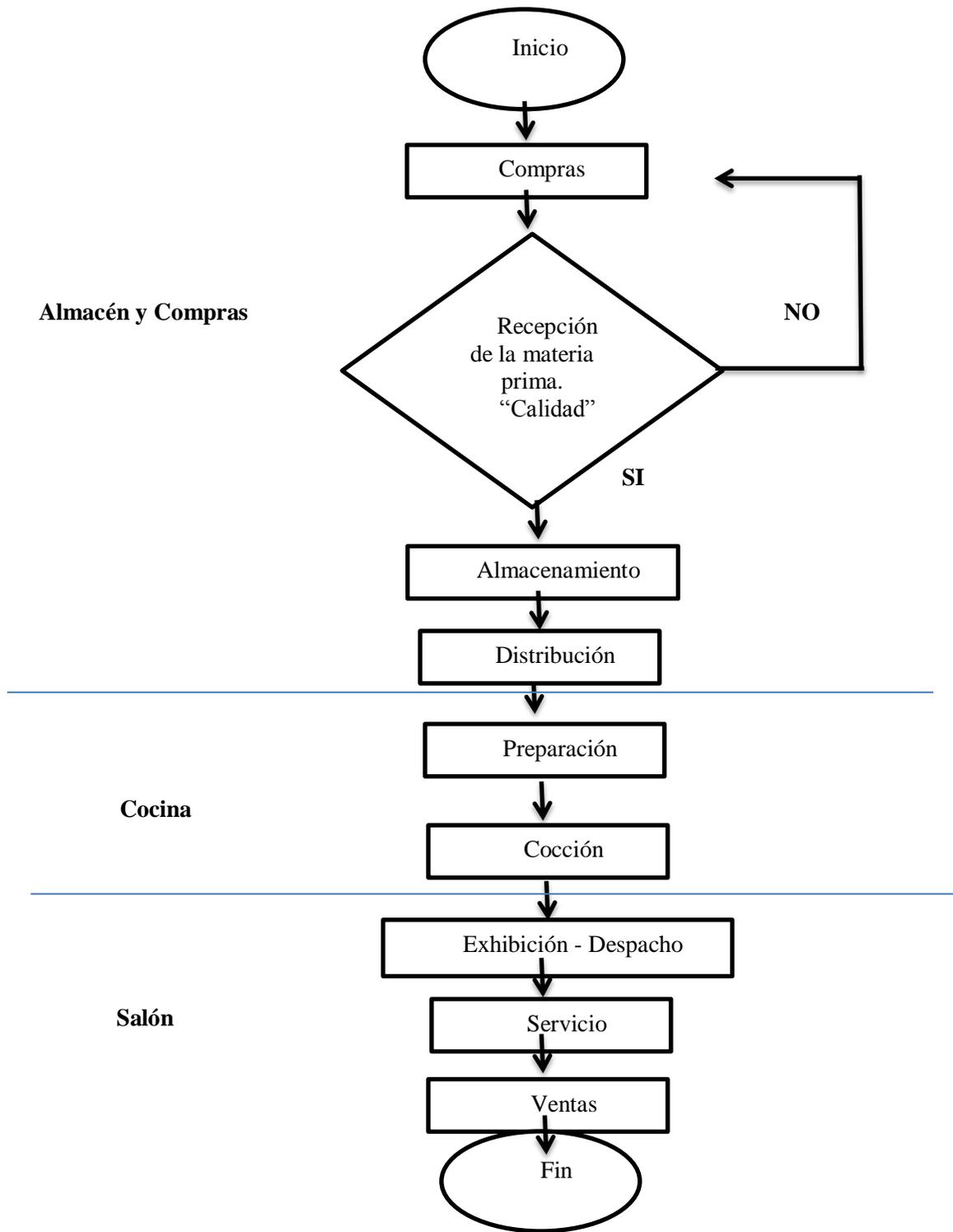


- ✓ En el piso de la cocina: Barrer, enjabonar con Grasas off restregar con la escoba, baldear con abundante agua y finalmente desinfectar; se lo realizara 1 vez al día después de la jornada de trabajo.
- ✓ En las paredes: Fregar con deja y con una franela añadir bastante agua.
- ✓ Piso del salón de servicio: Barrer, baldear con agua con deja fregar y enjuagar finalmente secar el piso con el trapeador. Pasando un día.
- ✓ Refrigeradora y congelador: Retirar todos los alimentos almacenados, apagar la maquinaria, en el caso del congelador retirar el hielo y con un franela y bileda fregar con una solución de deja en un 10 ml de cloro en 5 litros de agua. Por dentro y fuera agregar abundante agua para enjuagar. 2 veces por semana.

#### **E. Sistema de control**

##### **Receta estándar de Platos fuertes, jugos y batidos**

##### **Flujo grama del proceso de producción**



### Conclusiones

- ✓ Es importante que todo el personal tenga hábitos personales en cuanto a la higiene, correcto lavado de manos, de esta manera garantiza una buena manipulación de alimentos.

- ✓ Al conocer todas las funciones cada persona tiene información adecuada para comunicarse con los demás, participar en un equipo de trabajo.
- ✓ Con el manual se pretende que cada empleado trabaje de manera eficiente con todas las normas de seguridad para garantizar una alimentación saludable y evitar enfermedades transmitidas por microorganismos

### **Recomendaciones**

- ✓ Cada área de trabajo debe permanecer intacta y desinfectada por la persona encargada que desarrolla las actividades.
- ✓ Se pretende concientizar al personal sobre la importancia de trabajar en conjunto ya que los lazos de amistad se logra alcanzar la misión del establecimiento.
- ✓ Al poner en práctica todos la información se logra la satisfacción de los clientes por lo tanto no se tendrá problemas con el ministerio de salud.

Anexo C: Recetas estándar

 <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b> <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b> <b>FICHA DE RECETA ESTANDAR</b> 					
<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: TILAPIA A LA PLANCHA</b>					
<b>TIPO DE MENÚ</b>	<b>Comida rápida</b>				
<b>Siglas Menú Completo</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
T001	Tilapia filete	1500	g	12,45	8,3
T002	Aceite de oliva	180	ml	1,8	10
T003	Limón	10	ml	0,20	0,02
T004	yuca	1000	g	8,80	0,88
T005	Tomillo	1	g	0,01	0,01
T006	Ajo	4	g	0,16	0,04
T007	Vino blanco	150	ml	0,86	5,7
T008	Rábano	90	g	0,24	2,67
T009	tomate	30	g	0,09	3
T010	Aceitunas	250	g	1,13	4,5
T011	Mostaza	50	g	0,20	3,93
T012	Perejil	10	g	0,30	0,3
T013	Sal	1	g	0,10	0,01
T014	Cilantro	1	g	0,10	0,01
			<b>C. Variable</b>	26,43	
			<b>10 % Varios</b>	1,80	
			<b>C. Neto</b>	28,23	
			<b>Costo x pax</b>	1,98	



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



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SANDUCHE CARNE

TIPO DE MENÚ	Comida Rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
SC001	Carne	g	1500	8,25	5,5
SC002	Pan integral		20	2,50	0,25
SC003	Aceite de oliva	ml	200	2,00	10
SC004	Orégano	g	1	0,01	0,01
SC005	Ajo	g	40	0,18	4,4
SC006	Salsa de tomate	ml	100	0,57	5,7
SC007	Pepinillo	g	90	0,24	2,67
SC008	Tomate	g	50	0,25	5
SC009	Lechuga	g	50	0,23	4,5
SC010	Cebolla perla	g	50	0,44	8,85
SC011	Mostaza	g	100	0,39	3,93
SC012	Cilantro	g	1	0,01	0,01
			<b>C. Variable</b>	15,07	
			<b>10 % Varios</b>	1,51	
			<b>C. Neto</b>	16,57	
			<b>Costo x pax</b>	1,66	



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ENSALADA CESAR

TIPO DE MENÚ	Comida Rapida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
EC001	Pollo	2000	g	6,60	3,3
EC002	Limón	100	ml	0,16	1,6
EC003	Lechuga	150	g	0,68	4,5
EC004	Aceite de oliva	180	g	1,80	10
EC005	Tomillo	1	g	0,01	9
EC006	Ajo	40	g	0,18	4,4
EC007	Yogurt griego	200	ml	1,14	5,7
EC008	Pan	90	g	0,31	3,4
EC009	Cebolla perla	100	g	0,10	1
EC010	Mostaza	50	g	0,25	5
EC011	Cilantro	1	g	0,01	5
			<b>C. Variable</b>	11,22	
			<b>10 % Varios</b>	1,12	
			<b>C. Neto</b>	12,34	
			<b>Costo x pax</b>	1,23	



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



**NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SANDUCHE POLLO**

TIPO DE MENÚ	Comida rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
SP001	Pollo	1500	g	4,95	3,3
SP002	Pan integral	20	g	2,50	0,25
SP003	Aceite de oliva	200	ml	2,00	10
SP004	Orégano	1	g	0,01	0,01
SP005	Ajo	40	g	0,18	4,4
SP006	Salsa de tomate	100	ml	0,57	5,7
SP007	Pepinillo	90	g	0,24	2,67
SP008	Tomate	50	g	0,25	5
SP009	Lechuga	50	g	0,23	4,5
SP010	Cebolla perla	50	g	0,44	8,85
SP011	Mostaza	100	g	0,39	3,93
SP012	Cilantro	1	g	0,00	2,5
			<b>C. Variable</b>	11,76	
			<b>10 % Varios</b>	1,18	
			<b>C. Neto</b>	12,94	
			<b>Costo x pax</b>	1,29	



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



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: SANDUCHE TOMATO

TIPO DE MENÚ	Comida rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ST001	Pollo	1000	g	3,3	3,30
ST002	Carne	1000	g	5,5	5,50
ST003	Pan integral	20	g	0,25	2,50
ST004	Aceite de oliva	200	ml	10	2,00
ST005	Orégano	1	g	0,01	0,01
ST006	Ajo	40	g	4,4	0,18
ST007	Salsa de tomate	100	ml	5,7	0,57
ST008	Pepinillo	90	g	2,67	0,24
ST009	Tomate	50	g	5	0,25
ST010	Lechuga	50	g	4,5	0,23
ST011	Cebolla perla	50	g	8,85	0,44
ST012	Mostaza	100	g	3,93	0,39
ST013	Cilantro	1	g	0,01	0,01
				<b>C. Variable</b>	15,62
				<b>10 % Varios</b>	1,56
				<b>C. Neto</b>	17,18
				<b>Costo x pax</b>	1,72



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: FAJITAS DE POLLO CON VERDURAS

TIPO DE MENÚ	Comida rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FJP001	Pollo pechuga	1000	gr	3,3	3,30
FJP002	Tortillas de trigo integral	4	gr	4	0,02
FJP003	Aceite de oliva	180	gr	10	1,80
FJP004	Ajo	40	gr	4,4	0,18
FJP005	Leche semidescremada	150	ml	0,8	0,12
FJP006	Coliflor	500	gr	1	0,50
FJP007	Cebolla	150	gr	1	0,15
FJP008	Pimiento	150	gr	1	0,15
FJP009	Vainita	500	gr	1	0,50
FJP010	Queso mozzarella	300	gr	8	2,40
FJP011	Brócoli	500	gr	1	0,50
FJP012	Maicena	50	gr	1,2	0,06
FJP013	Orégano	1	gr	0,01	0,01
FJP014	Romero	1	gr	0,01	0,01
				<b>C. Variable</b>	9,69
				<b>10 % Varios</b>	0,97
				<b>C. Neto</b>	10,66
				<b>Costo x pax</b>	1,07



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: FAJITAS DE CARNE CON VERDURAS

TIPO DE MENÚ	Comida rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FJC001	Carne	1000	gr	5,5	5,50
FJC002	Tortillas de trigo integral	4	gr	4	0,02
FJC003	Aceite de oliva	180	gr	10	1,80
FJC004	Ajo	40	gr	4,4	0,18
FJC005	Leche semidescremada	150	ml	0,8	0,12
FJC006	Coliflor	500	gr	1	0,50
FJC007	Cebolla	150	gr	1	0,15
FJC008	Pimiento	150	gr	1	0,15
FJC009	Vainita	500	gr	1	0,50
FJC010	Queso mozzarella	300	gr	8	2,40
FJC011	Brócoli	500	gr	1	0,50
FJC012	Maicena	50	gr	1,2	0,06
FJC013	Organo	1	gr	0,01	0,01
FJC014	Romero	1	gr	0,01	0,01
				<b>C. Variable</b>	11,89
				<b>10 % Varios</b>	1,19
				<b>C. Neto</b>	13,08
				<b>Costo x pax</b>	1,31



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: FAJITAS TOMATO CON VERDURAS

TIPO DE MENÚ	Comida rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FJT001	Carne	500	g	5,5	2,75
FJT002	Pollo	500	g	3,3	1,65
FJT003	Tortillas de trigo integral	4	g	4	0,02
FJT004	Aceite de oliva	180	g	10	1,80
FJT005	Ajo	40	g	4,4	0,18
FJT006	Leche semidescremada	150	ml	0,8	0,12
FJT007	Coliflor	500	g	1	0,50
FJT008	Cebolla	150	g	1	0,15
FJT009	Pimiento	150	g	1	0,15
FJT010	Vainita	500	g	1	0,50
FJT011	Queso mozzarella	300	g	8	2,40
FJT012	Brócoli	500	g	1	0,50
FJT013	Maicena	50	g	1,2	0,06
FJT014	Organo	1	g	0,01	0,01
FJT015	Romero	1	g	0,01	0,01
				<b>C. Variable</b>	10,79
				<b>10 % Varios</b>	1,08
				<b>C. Neto</b>	11,87
				<b>Costo x pax</b>	1,19



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: ENSALDA DE FRUTAS

TIPO DE MENÚ	Comida rápida				
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EF001	Sandia	90	g	6	0,54
EF002	Miel	100	ml	6	0,60
EF003	Limón	10	ml	1,6	0,02
EF004	Toronjil	2	g	12	0,02
EF005	Uvas verdes	40	g	4,4	0,18
EF006	Yogurt griego	500	ml	5,7	2,85
EF007	Banano	90	g	1	0,09
EF008	Manzana	90	g	1,5	0,14
EF009	frutilla	90	g	2,5	0,23
EF010	Pina	30	g	8,85	0,27
				<b>C. Variable</b>	4,92
				<b>10 % Varios</b>	0,49
				<b>C. Neto</b>	5,41
				<b>Costo x pax</b>	0,54



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: YOGURT CON GRANOLA

TIPO DE  
MENÚ

YOGURT

Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
YG001	Durazno	1000	g	2,5	2,50
YG002	Miel	30	ml	6	0,18
YG003	Limón	10	ml	1,6	0,02
YG004	Toronjil	2	g	12	0,02
YG005	Yogurt natural	2000	ml	5,85	11,70
YG006	Granola	150	g	6,38	0,96
				<b>C. Variable</b>	15,38
				<b>10 % Varios</b>	1,54
				<b>C. Neto</b>	16,91
				<b>Costo x pax</b>	1,69



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: BATIDO DE TAXO

TIPO DE  
MENÚ

BATIDO

Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
BF001	Taxo	500	g	3,00	1,50
BF002	Leche semidescremada	2500	ml	0,80	2,00
BF003	Stevia	20	g	30,00	0,60
				<b>C. Variable</b>	4,10
				<b>10 % Varios</b>	0,41
				<b>C. Neto</b>	4,51
				<b>Costo x pax</b>	0,45



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:BATIDO DE BANANO</b>					
<b>TIPO DE MENÚ</b>	<b>BATIDO</b>				
<b>Siglas Menú Completo</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
BB001	Banano	500	g	2,00	1,00
BB002	Leche semidescremada	2500	ml	0,80	2,00
BB003	Stevia	20	g	30,00	0,60
				<b>C. Variable</b>	3,60
				<b>10 % Varios</b>	0,36
				<b>C. Neto</b>	3,96
				<b>Costo x pax</b>	0,40





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



<b>NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:BATIDO DE MORA</b>					
<b>TIPO DE MENÚ</b>	<b>BATIDO</b>				
<b>Siglas Menú Completo</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
BMO001	mora	500	g	5,00	2,50
BMO002	Leche semidescremada	2500	g	0,80	2,00
BMO003	Stevia	20	g	30,00	0,60
				<b>C. Variable</b>	5,10
				<b>10 % Varios</b>	0,51
				<b>C. Neto</b>	5,61
				<b>Costo x pax</b>	0,56



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES:BATIDO DE MANGO

TIPO DE MENÚ  
BATIDO

Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
BM001	mora	500	g	4,75	2,38
BM002	Leche semidescremada	2500	g	0,80	2,00
BM003	Stevia	20	g	30,00	0,60
				<b>C. Variable</b>	4,98
				<b>10 % Varios</b>	0,50
				<b>C. Neto</b>	5,47
				<b>Costo x pax</b>	0,55



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: YOGUR CON GRANOLA TAXO

TIPO DE  
MENÚ

YOGUR

Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
YG001	Taxo	1000	g	3	3,00
YG002	Miel	30	ml	6	0,18
YG003	Limón	10	ml	1,6	0,02
YG004	Toronjil	2	g	12	0,02
YG005	Yogurt natural	2000	ml	5,85	11,70
YG006	Granola	150	g	6,38	0,96
				<b>C. Variable</b>	15,88
				<b>10 % Varios</b>	1,59
				<b>C. Neto</b>	17,46
				<b>Costo x pax</b>	1,75



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

FICHA DE RECETA ESTANDAR



NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: YOGUR CON GRANOLA FRUTILLA

TIPO DE  
MENÚ

YOGUR

Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
YGF001	Frutilla	1000	g	4,5	4,50
YGF002	Miel	30	ml	6	0,18
YGF003	Limón	10	ml	1,6	0,02
YGF004	Toronjil	2	g	12	0,02
YGF005	Yogurt natural	2000	ml	5,85	11,70
YGF006	Granola	150	g	6,38	0,96
				<b>C. Variable</b>	17,38
				<b>10 % Varios</b>	1,74
				<b>C. Neto</b>	19,11
				<b>Costo x pax</b>	1,91



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**FICHA DE RECETA ESTANDAR**



**NOMBRE DE LA/S PREPARACIÓN/ES: YOGUR CON GRANOLA MANGO**

**TIPO DE MENÚ**  
YOGUR

<b>Siglas Menú Completo</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
YGM001	Mango	1000	g	4,5	4,50
YGM002	Miel	30	ml	6	0,18
YGM003	Limón	10	ml	1,6	0,02
YGM004	Toronjil	2	g	12	0,02
YGM005	Yogurt natural	2000	ml	5,85	11,70
YGM006	Granola	150	g	6,38	0,96
				<b>C. Variable</b>	17,38
				<b>10 % Varios</b>	1,74
				<b>C. Neto</b>	19,11
				<b>Costo x pax</b>	1,91

Anexo D: Menú



**Tomato**  
*Comida rápida*

*comida saludable de buen sabor...*

## Menu

<i>Platos fuertes</i>	<i>PVP</i>
TILAPIA A LA PLANCHA.....	\$4
SANDUCHE TOMATO.....	\$4
SANDUCHE CARNE.....	\$3
ENSALADA CESAR.....	\$3
SANDUCHE POLLO.....	\$3
SANDUCHE TOMATO.....	\$2,5
FAJITAS DE POLLO CON VERDURAS.....	\$3
FAJITAS DE CARNE CON VERDURAS.....	\$2,5
FAJITAS TOMATO CON VERDURAS.....	\$2,5
<del>ENSALADA</del> DE FRUTAS.....	\$1,5
BATIDO DE TAXO.....	\$1,5
BATIDO DE BANANO.....	\$1,5
BATIDO DE FRUTILLA.....	\$1,5
BATIDO DE MORA.....	\$1,5
<del>BATIDO DE</del> MANGO.....	\$3
YOGUR CON GRANOLA TAXO.....	\$3
YOGUR CON GRANOLA FRUTILLA.....	\$3
YOGUR CON GRANOLA MANGO.....	\$3
YOGURT CON GRANOLA.....	



Anexo E: Afiche

**Tomato**  
*Comida rápida*  
*comida saludable de buen sabor...*

**Dirección**  
📍 Barrio La Primavera, en las calles San Andrés y Tixán

**Contactos**  
☎ 099-891-6160 ☎ 032-612-220  
✉ [tomatocomidasaludable@gmail.com](mailto:tomatocomidasaludable@gmail.com)  
📘 Tomato Fast foot