



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES
CARRERA TURISMO

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL RESTAURANTE CASA KURI,
SECTOR LA MEDIA LUNA, CIUDAD DE RIOBAMBA

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTOR:

GLADYS MARIBEL MOROCHO HUILCAREMA

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES
CARRERA TURISMO

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL RESTAURANTE CASA KURI,
SECTOR LA MEDIA LUNA, CIUDAD DE RIOBAMBA

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA: GLADYS MARIBEL MOROCHO HUILCAREMA

DIRECTOR: ING. JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ PHD.

Riobamba – Ecuador

2023

© 2023, Gladys Maribel Morocho Huilcarema

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.

Yo, Gladys Maribel Morocho Huilcarema, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 02 de junio de 2023



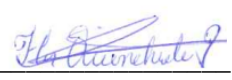


Gladys Maribel Morocho Huilcarema

060613277-7

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto Técnico, **PLAN DE NEGOCIOS PARA EL RESTAURANTE CASA KURI, SECTOR LA MEDIA LUNA, CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por la señorita: **GLADYS MARIBEL MOROCHO HUILCAREMA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Lcda. Silvia Patricia Montufar Guevara, MSc. PRESIDENTE DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 _____	2023-06-02
Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández, Ph.D. DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 _____	2023-06-02
Econ. Flor María Quinchuela Pozo, MSc MIEMBRO DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 _____	2023-06-02

DEDICATORIA

Con mucho orgullo dedico este trabajo a mi hija que llego a motivarme y a direccionar mi vida, Lia Yatzil Arévalo Morocho, que día a día me motiva a seguir superándome. A mis padres Manuel Morocho y Manuela Huilcarema, por ser los pilares de mi vida, y quienes siempre estuvieron dándome un empujón para que culmine este proyecto con éxito. A todos mis hermanos Julio Cesar, Elvira, Segundo, Olga, Carlos, José ya que me han apoyado de toda forma incluso sacrificando su tiempo, su economía y con lo más importante sus consejos, mis infinitas gracias por su apoyo.

Gladys

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios por haberme dado las fuerzas para llegar a estos momentos pues en tiempos difíciles me ha demostrado que no estoy sola y que todo lo puedo en Cristo que me fortalece. A mis padres por el apoyo brindado, por dirigirme con sus principios y valores, por apoyarme en todo momento a pesar de mis errores y direccionarme siempre para ser mejor persona; a mis hermanos por haber estado cuando más los necesitaba demostrándome que la familia es incondicional. Al Dr. Iván Carrillo por acompañarme en el proceso de culminación del presente trabajo, ya que con su conocimiento me encamino he hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad. Al Ing. Daniel Cuchumbí Palta, a la Tngl. Carolina y su familia por la confianza puesta en mí para realizar este proyecto en su negocio. Y mi más sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y su grupo de educadores, por incentivar a la población a conseguir una profesión y ejercerla con orgullo ante la sociedad.

Gladys

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN	xvii
SUMMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.2. Justificación.....	2
1.3. Objetivos	3
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	3
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	3

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	4
2.1. Referencias teóricas	4
2.1.1. <i>Plan</i>	4
2.1.2. <i>Plan de negocios</i>	4
2.1.2.1 Diagnóstico.....	5
2.1.1. <i>Diagnóstico situacional</i>	5
2.1.2. <i>Características demográficas</i>	5
2.1.3. <i>Valores y estilo de vida la sociedad</i>	5
2.1.4. <i>Factores legales, políticos y regulatorios</i>	6
2.1.5. <i>Factores medioambientales</i>	6

2.1.6.	<i>Factores tecnológicos</i>	6
2.1.7.	<i>Condiciones económicas generales</i>	6
2.2.	Plan Operacional	7
2.2.1.	<i>Estrategias de funcionamiento</i>	7
2.2.2.	<i>Estudio técnico</i>	7
2.2.3.	<i>Competitividad</i>	7
2.2.4.	<i>Estrategias de marketing</i>	8
2.2.5.	<i>Las 4 C del marketing</i>	8
2.2.6.	<i>Importancia del plan de marketing</i>	8
2.2.7.	<i>Objetivos de un plan de marketing</i>	8
2.3.	Análisis económico	8
2.3.1.	<i>Inversiones</i>	9
2.3.2.	<i>Gastos</i>	9
2.3.3.	<i>Ingresos</i>	9
2.3.4.	<i>Flujo de caja</i>	9
2.4.	Análisis financiero	9
2.4.1.	<i>VAN (Valor Actual Neto)</i>	9
2.4.2.	<i>TIR (Tasa Interna de Retorno)</i>	10
2.4.3.	<i>ACB (Análisis Beneficio Costo)</i>	10
2.4.4.	<i>Periodo de recuperación</i>	10

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	11
3.1.	Metodología	11
3.1.1.	<i>Enfoque de la investigación</i>	11
3.1.2.	<i>Nivel de investigación</i>	11
3.2.	Analizar el diagnóstico situacional del restaurante Casa Kuri	11
3.2.1.	<i>Análisis externo</i>	11
3.2.2.	<i>Análisis interno</i>	12

3.2.3.	<i>Análisis FODA</i>	13
3.2.4.	<i>Estudio de mercado</i>	13
3.3.	Elaborar una estructura técnica, administrativa y de procesos del restaurante Casa Kuri	13
3.3.1.	<i>Estrategias de funcionamiento</i>	13
3.3.2.	<i>Estructura Organizacional</i>	13
3.4.	Determinar el estudio económico y financiero del restaurante Casa Kuri	14
3.4.1.	<i>Económico</i>	14
3.4.2.	<i>Financiero</i>	14
3.5.	Universo	14
3.6.	Muestra	14
3.7.	Técnica	15
3.8.	Instrumento	15

CAPÍTULO IV

4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	16
4.1.	Diagnostico Situacional	16
4.1.1.	<i>Análisis Externo</i>	16
4.1.1.1.	<i>Físico – Espacial</i>	16
4.1.1.2.	<i>Económico Productivo – Turístico</i>	17
4.1.1.3.	<i>Socio – cultura</i>	19
4.1.1.4	<i>Análisis de mercado</i>	20
4.1.1.5	<i>Político Administrativo</i>	20
4.1.1.6	<i>Tecnológico</i>	21
4.1.2.	<i>Análisis interno</i>	22
4.1.2.1.	<i>Diagnóstico</i>	22
4.1.2.2.	<i>Oferta</i>	22
4.1.2.3.	<i>Clientes</i>	23
4.1.2.4.	<i>Proveedores</i>	23
4.1.2.5.	<i>Recursos humanos</i>	23
4.1.2.6.	<i>Bienes y activos del negocio</i>	24

4.1.2.7.	<i>Competencia</i>	26
4.1.3.	<i>Análisis FODA</i>	26
4.1.3.1.	<i>Análisis externo</i>	27
4.1.3.2	<i>Análisis interno</i>	28
4.2.	<i>Estudio de mercado</i>	30
4.2.1.	<i>Análisis de resultados</i>	30
4.2.2.	<i>Demanda Potencial</i>	39
4.2.3.	<i>Proyección de la Demanda</i>	39
4.2.4.	<i>Oferta actual de la competencia.</i>	40
4.2.5.	<i>Proyección de la oferta de la competencia</i>	40
4.2.6.	<i>Proyección de la demanda insatisfecha</i>	41
4.2.7.	<i>Demanda Objetiva</i>	41
4.2.8.	<i>Propuesta de Modelo de Negocios Restaurante Casa Kuri</i>	42
4.2.9.	<i>Estructura Administrativa</i>	44
4.2.10.	<i>Estudio Técnico</i>	50
4.2.11.	<i>Estructura de Procesos</i>	51
4.2.10.1	<i>Proceso de Atención Cliente</i>	51
4.2.10.2	<i>Proceso de producción</i>	52
4.2.11	<i>Tamaño del proyecto</i>	54
4.2.12.	<i>Distribución en Planta</i>	54
4.2.13.	<i>Matriz de control alimentos y bebidas MINTUR</i>	55
4.3.	<i>Estrategia de marketing</i>	60
4.3.1.	<i>Canales de Distribución</i>	61
4.3.2	<i>Cliente</i>	62
4.3.3	<i>Uniformes</i>	64
4.3.4.4	<i>Comunicación</i>	64
4.3.4	<i>Logotipo</i>	66
4.3.5	<i>Impresos comerciales</i>	67
4.3.6	<i>Convenios con otras empresas</i>	69
4.4.	<i>Estudio Económico y Financiero</i>	73
4.4.1.	<i>Análisis económico</i>	73
4.4.1.1	<i>Inversión</i>	73

4.4.1.2	<i>Sueldos y salarios</i>	76
4.4.1.3	<i>Servicios básicos</i>	76
4.4.1.4	<i>Fuentes de financiamiento</i>	77
4.4.1.5	<i>Depreciación de activos fijos</i>	79
4.4.1.6	<i>Depreciación de activos diferidos</i>	80
4.4.1.7	<i>Ingresos</i>	80
4.4.1.8	<i>Estructura de costos y gastos</i>	81
4.4.1.9	<i>Estado de resultados</i>	82
4.4.1.10	<i>Flujo de caja</i>	83
4.4.2.	<i>Análisis financiero</i>	84
4.4.2.1.	<i>VAN</i>	84
4.4.2.2	<i>TIR</i>	84
4.4.3.	<i>Periodo de recuperación</i>	85
	CONCLUSIONES	86
	RECOMENDACIONES	87
	GLOSARIO	
	BIBLOGRAFIA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3- 1:	Componentes de evaluación externa	12
Tabla 4-1:	Límites del cantón Riobamba.....	17
Tabla 4- 2:	PEA Cantonal Riobamba	17
Tabla 4- 3:	Establecimiento de Restaurantes y Bebidas	18
Tabla 4- 4:	Oferta del Restaurante “Casa Kuri”	23
Tabla 4- 5:	Talento Humano del Restaurante	24
Tabla 4- 6:	Bienes del Restaurante “Casa Kuri”.....	24
Tabla 4- 7:	FODA del Restaurante Casa Kuri.	26
Tabla 4- 8:	Análisis Externo de Impacto.	27
Tabla 4- 9:	Análisis Externo Ponderado.....	28
Tabla 4- 10:	Análisis Interno de Impacto.	28
Tabla 4- 11:	Análisis Interno Ponderado.	29
Tabla 4- 12:	Género	30
Tabla 4- 13:	Edad.....	31
Tabla 4- 14:	Restaurante de Preferencia.....	32
Tabla 4- 15:	Frecuencia de Asistencia a los Restaurantes.	32
Tabla 4- 16:	Personas con las que se acuden a un restaurante.	33
Tabla 4- 17:	Cantidad de gastos por persona.....	34
Tabla 4- 18:	Edad.....	35
Tabla 4- 19:	Proyección de la Demanda Potencial	39
Tabla 4- 20:	Oferta Actual de la Competencia	40
Tabla 4- 21:	Proyección de la Oferta Turística de la Competencia.....	41
Tabla 4- 22:	Proyección Demanda Insatisfecha	41
Tabla 4- 23:	Proyección Demanda Objetivo	42
Tabla 4- 24:	Manual de Funciones Gerente/Administrador.....	46
Tabla 4- 25:	Manual de Funciones del Cocinero.....	47
Tabla 4- 26:	Manual de Funciones Ayudante de Cocinero.....	47
Tabla 4- 27:	Manual de funciones del Chef.....	48
Tabla 4- 28:	Manual de Funciones del Mesero.....	49
Tabla 4- 29:	Manual de funciones del Cajero.....	50
Tabla 4- 30:	Procedimientos del Proceso de Atención al Cliente	53
Tabla 4- 31:	Proceso de Menús	53
Tabla 4- 32:	Descripción de los Elementos del Logotipo.....	66
Tabla 4- 33:	Activos Fijos (Muebles y Enseres).....	74
Tabla 4- 34:	Inversión	75

Tabla 4- 35:	Remuneración del Personal del Restaurante “Casa Kuri”	76
Tabla 4- 36:	Servicios Básicos Utilizados	76
Tabla 4- 37:	Fuentes de Financiamiento.....	77
Tabla 4- 38:	Fuentes de Financiamiento %	77
Tabla 4- 39:	Tabla de Amortización de Crédito en BanEcuador	78
Tabla 4- 40:	Depreciación de Activos Fijos	79
Tabla 4- 41:	Depreciación Acumulada.....	79
Tabla 4- 42:	Depreciación de Activos Diferidos	80
Tabla 4- 43:	Proyección de Ingresos	80
Tabla 4- 44:	Estructura de Costos y Gastos	81
Tabla 4- 45:	Estados de Resultados del Primer al Tercer Año	82
Tabla 4- 46:	Flujo de Caja.....	83
Tabla 4- 47:	VAN	84
Tabla 4- 48:	TIR.....	84
Tabla 4- 49:	Periodo de Recuperación	85
Tabla 4- 50:	Resumen Financiero	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4:	Ubicación del cantón Riobamba.....	16
Ilustración 2-4:	Uso de plataformas sociales en Ecuador.....	21
Ilustración 3-4:	Género	30
Ilustración 4-4:	Edad	31
Ilustración 5-4:	Restaurante de su Preferencia.....	32
Ilustración 6-4:	Frecuencia de visitantes	33
Ilustración 7-4:	Número de personas que acuden al restaurante.....	33
Ilustración 8-4:	Cantidad de gasto por persona	34
Ilustración 9-4:	Nivel de importancia sobre la accesibilidad.....	35
Ilustración 10-4:	Nivel de importancia sobre infraestructura	36
Ilustración 11-4:	Nivel de importancia de sobre la promoción.....	36
Ilustración 12-4:	Nivel de importancia sobre el producto.	37
Ilustración 13-4:	Conocimiento de la ubicación de Casa Kuri	37
Ilustración 14-4:	Requerimientos de tipos de platos	38
Ilustración 15-4:	Tiempo de espera para la preparación del platillo	38
Ilustración 16-4:	Aceptación de la propuesta.	39
Ilustración 17-4:	Organigrama Estructural.	44
Ilustración 18-4:	Organigrama Funcional	45
Ilustración 19-4:	Proceso de Atención al Cliente.....	51
Ilustración 20-4:	Proceso de Producción	52
Ilustración 21-4:	Restaurante “Casa Kury”	54
Ilustración 22-4:	Distribución Física del Restaurante.	54
Ilustración 23-4:	Vista del Restaurante.....	55
Ilustración 24-4:	Acceso de Facilidades para el Uso de Personas con Discapacidad	55
Ilustración 25-4:	Vista del Lugar de Desechos	56
Ilustración 26-4:	Vista del Lugar de Desechos con sus Contenedores y Tapas.....	56
Ilustración 27-4:	Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimentos	57
Ilustración 28-4:	Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimento con sus Respectivos Equipamientos.	57
Ilustración 29-4:	Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimento	58
Ilustración 30-4:	Perchas con Distancias del Suelo Requerido por el MINTUR.....	58
Ilustración 31-4:	Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimento	59
Ilustración 32-4:	Vista Interna del Departamento de Preparación con Sumideros.	59
Ilustración 33-4:	Vista Interna del Área de Servicios Higiénicos.	60
Ilustración 34-4:	Vista Interna del Área de Servicios Higiénicos con Normativa.....	60

Ilustración 35-4:	Elementos de las Estrategias de Marketing.....	61
Ilustración 36-4:	Canal de Distribución Directo.....	61
Ilustración 37-4:	Canal de Distribución con Intermediario	62
Ilustración 38-4:	Canal de Distribución con Intermediario	62
Ilustración 39-4:	Perfil “Casa Kury”.....	63
Ilustración 40-4:	Uniformes del Restaurante “Casa Kuri”	64
Ilustración 41-4:	Perfil de Facebook.....	64
Ilustración 42-4:	Portada de la Página Web “Casa Kuri”	65
Ilustración 43-4:	Perfil de Instagram del Inclusive “Casa Kuri”	65
Ilustración 44-4:	Logotipo	66
Ilustración 45-4:	Perfil de la Hoja Membretada de “Casa Kuri”	67
Ilustración 46-4:	Tarjeta de Presentación de “Casa Kuri”	68
Ilustración 47-4:	Impresos Comerciales	68
Ilustración 48-4:	Alianzas con Compañías Relacionadas al Turismo.....	69
Ilustración 49-4:	Otros Platos	70
Ilustración 50-4:	Empanadas de Harina de Maíz	70
Ilustración 51-4:	Carta de menú del restaurante Casa Kuri.....	71
Ilustración 52-4:	Horario de atención al cliente y proveedores.....	71
Ilustración 53-4:	Letrero de alimentos intolerantes.....	72
Ilustración 54-4:	Horario de Atención para Clientes y Proveedores	72
Ilustración 55-4:	Facturación electrónica.....	73

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: MATRIZ DE CONTROL – ALIMENTOS Y BEBIDAS

ANEXO C: MATRIZ DE CONTROL – ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA RESTAURANTES

ANEXO D: CATASTRO TURÍSTICO DEL ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN RIOBAMBA

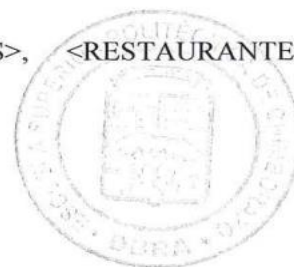
ANEXO E: DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR EDAD DEL CANTÓN RIOBAMBA

ANEXO F: CERTIFICADO DE ATENCIÓN AL TURISTA CON DISCAPACIDAD.

RESUMEN

El restaurante “Casa Kuri”, no posee un plan de negocios por tal motivo, no brinda un buen servicio de alimentación a sus comensales, además no cumple con la puntuación mínima para ingresar al Catastro Turístico de la ciudad de Riobamba, por lo que imposibilita el crecimiento, expansión y posicionamiento en el mercado. En la investigación se desarrolló un plan de negocios para el restaurante “Casa Kuri”, realizando un diagnóstico situacional, estructura administrativa, técnica y de procesos, estudio económico y financiero del mismo. La investigación se ejecutó en tres etapas: en la primera etapa se desarrolló el diagnóstico situacional, interno como externo mediante un FODA, la segunda etapa se realizó la estructura técnica, administrativa y de procesos creando un manual de calidad, un plan de marketing y por último se desarrolló el estudio económico y financiero donde se analizó la inversión para el desarrollo del proyecto calculando el estado de resultados, el flujo de caja y en la evaluación financiera el VAN y el TIR, relación beneficio costo y el año de recuperación. Los datos obtenidos en la encuesta realizada reflejan una aceptación del 95% a la creación de un restaurante temático, con una demanda potencial de 109.421 personas, se estima una demanda objetiva del 86%, se plantearon estrategias de marketing, para la ejecución de este proyecto se estimó una inversión de \$192.124,05, la recuperación de la inversión será en el cuarto año. En conclusión, los resultados obtenidos reflejan que el proyecto es viable, con un capital propio del 75%, el establecimiento se encuentra en una zona de crecimiento comercial con afluencia peatonal y vial, demostrando que el plan de negocios es un mecanismo que ayudó a posesionarse como un restaurante Temático Cultural de la provincia de Chimborazo.

Palabras clave: <TURISMO>, <PLAN DE NEGOCIOS>, <RESTAURANTE>, <GASTRONOMÍA LOCAL>, <RIOBAMBA (CIUDAD)>.



1398-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The restaurant "Casa kuri" does not have a business plan so, so it does not provide good food service to its diners and does not meet the minimum score to be part of the registry tourism from Riobamba city, which makes growth, expansión, and market positioning impossible. The research developed a business plan for the restaurant "Casa Kuri", carrying out a situational diagnosis, administrative, technical, and process structure, and the economic and financial study of the restaurant. The research was carried out in three stages: in the first stage a situational diagnosis was developed, both internally and externally through a SWOT, the second stage the technical, administrative, and process structure was developed creating a quality manual, a marketing plan, and finally the economic and financial study was developed where the investment for the development of the project was analyzed by calculating the income statement, cash flow and in the financial evaluation the NPV and IRR, benefit-cost ratio and the year of recovery. The data obtained in the survey showed a 95% acceptance of the creation of a topical restaurant, with a potential demand of 109,421 people, an objective demand of 86% is estimated, marketing strategies were proposed, for the execution of this project an investment of \$192,124.05. The recovery of the investment will be in the fourth year. To sum up, the results obtained reflect that the project is viable, with an equity capital of 75%, the establishment is located in an area of commercial growth with pedestrian and road affluence, demonstrating that the business plan is a mechanism that helped to position itself as a Cultural Topical restaurant in the Chimborazo province.

Keywords: <TOURISM>, <BUSINESS PLAN>, <RESTAURANT>, <LOCAL GASTRONOMY>, <RIOBAMBA (CITY)>.



Mgs. Cristina Chamorro O.

DOCENTE INGLES TURISMO

0604237172

INTRODUCCIÓN

El turismo es considerado como uno de los mayores generadores de economía a nivel mundial, ya que engloba distintos tipos de encadenamientos productivos; gracias a esto ha logrado generar empleos para la población local mejorando significativamente su calidad de vida.

El Ecuador al contar con una gran biodiversidad tanto en lo natural como en lo cultural ha dependido del turismo, teniendo así que es considerado como una fuente de ingresos más importantes fuera de los no petroleros (MINTUR, 2020).

De acuerdo con el Banco Central del Ecuador, dentro de sus previsiones macroeconómicas de 2020, publicadas en enero de este año, sitúa a los servicios de alojamiento y servicios de comida en el puesto 12 de 46 ramas de actividades económicas, con una contribución de \$2.388,63 millones de dólares en 2020 (2,2% del PIB) (MINTUR, 2020).

En Ecuador existieron 62.377 empleados en establecimientos de comida registrados en 2019 (MINTUR, 2020).

El restaurante “Casa Kuri” ubicado en el cantón Riobamba inició ofreciendo el servicio de alimentación en el año 2019, el negocio está dirigido por un grupo familiar de 3 personas, meses más tarde se vieron obligados a cerrar debido por la poca demanda. Sin embargo, a inicios del año 2020 empieza la pandemia de la COVID-19, como consecuencia los establecimientos de alimentación tuvieron que cerrar sus puertas y hasta la actualidad el mencionado restaurante retoma la idea de su reapertura en enero del año 2021, teniendo en cuenta que es una empresa de servicios y que procura brindar calidad a los clientes buscando alcanzar un buen nivel entre los establecimientos de comida.

El trabajo de integración curricular a desarrollar está compuesto por los siguientes capítulos: En el capítulo I se fundamenta con respecto al diagnóstico interno y externo del negocio Casa Kuri, mismo que se planteó con la finalidad de conocer las problemáticas y potencialidades del negocio y dar solución a la misma. En el capítulo II se estructuró la revisión de la literatura, por medio de fuentes bibliográficas, como libros, artículos científicos, documentos técnicos y de soporte. En el capítulo III se desarrolló el marco metodológico, incluido los tipos de instrumentos de investigación en que se fundamenta. Finalmente, en el capítulo IV se planteó los resultados obtenidos de la investigación realizada, estudio técnico, legal administrativo y económico financiero del negocio.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El servicio de alimentación juega un papel importante dentro una sociedad, sin embargo, es un reto poder competir y captar clientes que se acoplen a la gastronomía típica de un lugar o región. En la última década el servicio alimenticio ha formado una red indispensable para la población pues en la actualidad la mayor parte, pasa su tiempo fuera de sus hogares, por lo que tienden a buscar sitios donde alimentarse, pero estos sitios son evaluados de diferentes formas de acuerdo con la exigencia de los comensales.

En este contexto el desarrollo administrativo del restaurante “Casa Kuri” se encuentra estructurado de manera empírica y esto imposibilita el crecimiento, expansión y posicionamiento en el mercado.

1.2. Justificación

En el artículo 281 de la Constitución de la República del Ecuador establece que: "La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente" (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008: p. 90).

Así mismo, en el literal b del artículo 5 publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 733 de 27 de diciembre de 2002, se reconoce al servicio de alimentos y bebidas como actividad turística (CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2008).

Un factor importante para el mejoramiento de la calidad en el restaurante es el resultado de la exigencia de los consumidores al requerir servicios de alta calidad, de esta manera estimula a los propietarios de los establecimientos a estar mejor informados y realizar mediciones periódicas acerca de los requerimientos de los clientes con el propósito de diagnosticar y hacer seguimientos a los procesos de planificación que inciden a la satisfacción del cliente.

Por lo cual se torna necesario buscar metodologías operacionales a través de planes de negocio que permitirán mejorar su infraestructura y cubrir los recursos económicos y financieros; tal es el caso del restaurante “Casa Kuri” que a pesar de haber iniciado sus actividades operacionales hace dos años de manera empírica por lo que se ve reflejado la deficiente gestión administrativa y esto ha provocado que aún no se visualice como un establecimiento rentable y se retrase el retorno de su inversión.

En este contexto el presente proyecto busca desarrollar un plan de negocios para el restaurante “Casa Kuri” el cual permita comprobar la factibilidad económica, administrativa y operativa del establecimiento, a su vez este pueda conectar el tema gastronómico con la identidad cultural, conservando las características de autóctonas de los pueblos originarios de Chimborazo. La finalidad de este proyecto reactivaría la economía del sector e incrementaría la promoción turística, generando un impacto positivo en la dinamización económica de la población local.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un plan de negocios para el restaurante Casa Kuri, en el sector la Media Luna de la ciudad de Riobamba.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del restaurante Casa Kuri.
- Elaborar una estructura administrativa, técnica y de procesos del restaurante Casa Kuri.
- Determinar el estudio económico y financiero del restaurante Casa Kuri.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

El plan de negocios permite dar direccionamiento y sostenibilidad a una empresa es así como para el desarrollo de ese proyecto técnico se toma en cuenta algunos trabajos preliminares como: Paredes (2015) en su investigación sobre “Plan de negocios para la creación de un restaurante temático de la flora y fauna ecuatoriana en la ciudad de Quito y el posible impacto de este negocio en el turismo del Ecuador” se enfocó en la calidad del producto y el servicio al cliente para lo cual utiliza el instrumento de la encuesta que le permitió conocer los gustos y las preferencias de estos”

El “Plan de negocios para Illari Hotel” plantea la estrategia de mejores costos del proveedor, combinados con procesos de reingeniería para posesionar el servicio de hospedaje en el mercado, mejoramiento del servicio e implementación de detalles de calidad, firmas de acuerdo de colaboración y contratación de agencias de viajes, tour operadoras y empresas internas y externas (Mancero Caballero, 2020).

De acuerdo con el trabajo de investigación de Prado (2015) en su trabajo de investigación nos indica que la gastronomía tradicional de la ciudad de Riobamba se caracteriza por el valor histórico de cada uno de los ingredientes ya que se relaciona con las fiestas culturales ligados a tiempos pasados. Es así como plantea el diseño de una revista en la que se registró las tradiciones culinarias de la ciudad con la finalidad de mantener, difundir y rescatar prácticas tradicionales que representan un valor cultural para la ciudad (Prado Pozo, 2016).

2.1. Referencias teóricas

2.1.1. Plan

De acuerdo con Fleitman (2017) en el marco de un plan de negocios, el plan define las etapas de desarrollo de un proyecto empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de esta. Incluso, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, lo que facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto en general.

2.1.2. Plan de negocios

De esa manera, determinamos que el plan de negocios es un instrumento escrito y detallado de un proceso de planificación técnica. Una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo

o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente alcanzar metas (Camacho Bustamante, 2019; p. 19).

Este debe transmitir a nuevos inversionistas y accionistas, los factores que harán que la empresa tenga un éxito, la forma en como recuperarán su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de quienes conforman la empresa, la fórmula para terminar la asociación y cerrar la empresa (Fleitman, 2017; p. 17).

2.1.2.1 Diagnóstico

El estudio previo a una investigación o proyecto se denomina diagnóstico y consiste en recopilar toda la información relevante de una empresa, obteniendo información acerca del funcionamiento de la misma en la operación real, para diseñar las intervenciones de transformación necesarias dentro de la empresa, esta es imprescindible para el funcionamiento de las diversas áreas de operación (Huilcapi y Gallegos, 2020, p.11).

2.1.1. Diagnóstico situacional

Así es necesario mencionar que el diagnóstico situacional determina la adecuada combinación de recursos para solucionar los problemas que susciten obteniendo el mayor beneficio al menor costo y riesgo posible (Huilcapi y Gallegos, 2020, p.12).

De esta forma se define la dirección correcta que debe tomar la empresa para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado (Huilcapi y Gallegos, 2020, p.12).

2.1.2. Características demográficas

Son aspectos sociales que brindan información de un grupo humano como: población, densidad, edad, sexo, tasa de natalidad, tasa de mortalidad, porcentajes de edad adulta según el área, índice de envejecimiento, distribución geográfica, distribución de la población por edad y la distribución del ingreso (CEPAL, 2021; p. 8).

2.1.3. Valores y estilo de vida la sociedad

Al hablar de los estilos de vida, la información secundaria hace referencia al grupo de actitudes y comportamientos que practican y desarrollan las personas en forma consciente y voluntaria durante el transcurso de su vida (Córdova et al, 2020; p. 247).

Así también, menciona que “debido a su naturaleza subjetiva e individual, originario del grado de satisfacción con componentes tanto positivas como negativas, vinculadas con el entorno cultural, social y ambiental de los individuos, se le considera multidimensional, lo que hace de la calidad de vida, un concepto complejo y dependiente de la interrelación de numerosos factores” (Còrdova et al, 2020; p. 247).

2.1.4. Factores legales, políticos y regulatorios

De acuerdo a (Sánchez Quezada, y León Serrano, 2018: p. 49).

Los factores políticos en el negocio abarcan las acciones y procesos políticos, el grado en que un gobierno interviene en la economía de un país. Incluye políticas de gravámenes, fiscales, aranceles, clima político, etc. En cambio, los factores regulatorios y legales “son las normativas y leyes que las compañías deben cumplir, como las del consumidor, las laborales, antimonopolios y regulaciones sobre seguridad. Además, algunos factores como la desregulación bancaria, la legislación sobre salarios mínimos, entre otros”.

2.1.5. Factores medioambientales

Los factores medioambientales analizan los diferentes componentes de un ecosistema, donde se pueden encontrar las fuerzas ecológicas y ambientales como: el cambio climático y factores relacionados con la escasez de agua. Estos componentes tienen un impacto directo en sectores como la agricultura, la generación de energía y el turismo. Además, pueden tener impactos indirectos pero significativos en otras industrias, como el transporte y el suministro de servicios público (Sánchez Quezada; y León Serrano, 2018; p. 49).

2.1.6. Factores tecnológicos

Citando a Sánchez Quezada; y León Serrano (2018; p. 49) el factor tecnológico “se refiere al ritmo del cambio tecnológico y los avances técnicos que llegan a tener grandes efectos en la sociedad, como la ingeniería genética y la nanotecnología. Incluyen actividades e instituciones que intervienen en la creación de nuevo conocimiento y control del uso de la tecnología. El cambio tecnológico puede generar el nacimiento de nuevas industrias y perturbar otras”.

2.1.7. Condiciones económicas generales

En el marco de la presente investigación es necesario mencionar que las condiciones económicas influyen en la dinámica local, por tanto, las condiciones económicas comprenden el clima económico general y factores específicos como las tasas de interés, tipos de cambio, tasa

inflacionaria y de desempleo, tasa de crecimiento económico, déficit o superávit comercial, tasa de ahorro y producto interno per-cápita. Además, incluyen condiciones en los mercados para acciones y bonos, los cuales afectan la confianza del consumidor y el ingreso discrecional (Sánchez Quezada; y León Serrano, 2018; p. 48).

2.2. Plan Operacional

2.2.1. Estrategias de funcionamiento

En cualquier tipo de empresa, es necesario idear e implementar estrategias que permitan el desarrollo y fomenten su crecimiento, es esencial que esto busque conseguir metas cada vez más altas. Estas estrategias deben ser planteadas de acuerdo con cada nivel o área función que permitan reflejar la organización y en los procesos ejecutados (Fleitman, 2017; p. 40).

2.2.2. Estudio técnico

En la investigación técnica se debe tener presente lo que se quiere desarrollar ya sea los bienes o servicios; también se debe estimar la oferta, la demanda y el precio del servicio para luego evaluar que técnicas están disponibles y cuales son necesarias para llevar a cabo nuestras ideas a través de una investigación de ingeniería que determina las capacidades de nuestros servicios, tecnología, entre otros. Con lo que posee la empresa, la capacidad utilizada es que efectivamente se utiliza para producir los bienes y servicios esperados sin los costos de producción y operación incurridos durante la creación del producto (Fleitman, 2017; p. 25).

2.2.3. Competitividad

La competitividad tiene un enfoque empresarial catalizador de cambios en procesos evolutivos del mejoramiento del negocio para maximizar la productividad; trabajándose en conjunto desde el nivel superior hasta los más bajos, siendo comprometidos con los cambios que tienen que surgir para cada rol preestablecido y en cada uno de los eslabones formadores de la cadena de valor (Clavijo, 2020).

Según Clavijo (2020) menciona que la competitividad es: “la capacidad que tienen las empresas de generar, mejorar o mantener el crecimiento y desarrollo dentro de un entorno socioeconómico específico.” Entendiéndose como la habilidad de desarrollar productos y servicios con mayor calidad y eficiencia que el resto de También puede entenderse como la capacidad para fabricar productos y brindar servicios con mayor calidad y eficiencia que el resto de los competidores.

2.2.4. Estrategias de marketing

Una estrategia de marketing debidamente estructurada y formulada es la base de cualquier estrategia de mercado a planificar y ejecutar.

Segùn Mesquita (2018), define el marketing como: “la ciencia y el arte de descubrir, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de los mercados objetivo con el fin de generar ganancias y deseos insatisfechos. Identifica, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el beneficio potencial”.

2.2.5. Las 4 C del marketing

La historia nos ha contado que todo va cambiando; por este motivo, se ha observado como la ciencia y tecnología han evolucionado a pasos agigantados. De igual forma, el marketing. En virtud de ellos (Ramos y Nerry, 2022; p. 386).

2.2.6. Importancia del plan de marketing

El desarrollo de un plan de marketing surge de la necesidad de diseñar una hoja de ruta para toda la empresa, así como una justificación de las acciones a tomar y una explicación de cómo se lograrán los objetivos establecidos (Miñarro, 2022).

2.2.7. Objetivos de un plan de marketing

Antes de entrar en las diferentes etapas por las que debe atravesar un plan de marketing, es fundamental que se marque un objetivo profesional, tanto a corto, mediano y largo plazo. Estos objetivos deben ser smart: concretos, conmensurables, factibles, relevantes y definidos en el tiempo, ya que si no son planteados de esta forma no se verán reflejados los resultados (Miñarro, 2022).

2.3. Análisis económico

Este es uno de los puntos más relevantes a considerar al momento de implementar un proyecto, en el que los resultados económicos se expresan a través de la TIR (tasa interna de retorno), VAN (valor actual neto), CBA (análisis costo beneficio) y periodo de recuperación para conocer la viabilidad financiera del proyecto en el cual se va a invertir (Ramírez. P, 2022).

2.3.1. Inversiones

Es un monto de dinero requerido para puesta en marcha y ejecución de un proyecto, finaliza cuando el proyecto entra en operación. Se requiere de inversiones como adquisición de terrenos, construcción de obras físicas, compra de maquinarias y equipos, equipos de oficina, adquisición de materias primas, adquisición de muebles y enseres, desarrollo de programas y procedimientos para la producción del bien o servicio, programas de capacitación de personal para la operación de maquinarias y equipos, entre otros (Ramírez. P, 2022; p. 59).

2.3.2. Gastos

El gasto es la utilización del dinero presupuestado, esto puede ser por parte de un individuo, una empresa, una organización o un Estado, con el fin de obtener a cambio un bien o un servicio determinado. En este contexto, el término es sinónimo de egreso, o también, lo opuesto de un ingreso (Escobar. M , 2021).

2.3.3. Ingresos

Es un ingreso monetario por la venta de productos o servicios, según lo enunciado para (Calvo, 2018) existen “otros ingresos que pueden ser los intereses generados por determinadas inversiones, subvenciones, ingresos generados por el alquiler o venta de inmuebles propiedad de la empresa y/o comisiones”.

2.3.4. Flujo de caja

Es el resultado de ingreso menos egresos establecido durante un periodo determinado. Esto es absolutamente crucial para decidir si invertir o no en la ejecución del proyecto (Ramírez. P, 2022; p. 59).

2.4. Análisis financiero

El análisis permite determinar la rentabilidad del proyecto a largo plazo, para lo cual se procede a analizar distintos cálculos como son:

2.4.1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN o el Valor Actual Neto, permite conocer el estado de los ingresos y egresos de una inversión. El concepto de van hace referencia a las ganancias que tiene un proyecto, considerando siempre la

inversión inicial. Es decir, el VAN es un método que permite determinar la viabilidad de una inversión o proyecto (Gascò, 2019).

2.4.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

TIR es el porcentaje responsable de medir la viabilidad de un plan y nos ayuda a considerar variadas opciones de inversión con menos riesgo. Por otro lado, puede ser definida como “la tasa de deducción igual al valor presente de los ingresos del proyecto en relación con el valor actual de los costos (Ramírez. P, 2022; p. 60).

2.4.3. ACB (Análisis Beneficio Costo)

Una herramienta de soporte para la asignación eficiente de recursos para la sociedad). Consiste en la cuantificación de los costos y beneficios asociados a la implementación de un proyecto o política para el inversor y/o la sociedad a lo largo de un período de tiempo, y la comparación de estos frente a un escenario alternativo de acuerdo con el concepto de eficiencia económica, que se presenta en la siguiente sección. Es decir, el objetivo del ACB es identificar si el proyecto evaluado genera una asignación de recursos más eficiente en relación con otros proyectos alternativos o el statu quo (Torres Navarro & Callegarri Malta, 2016).

2.4.4. Periodo de recuperación

El período de recuperación permite evaluar las inversiones indicando el tiempo necesario para recuperar el capital inicial empleado en el proyecto. Es un método estático de valoración de inversiones (Ramírez, 2022; p. 60).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología

3.1.1. *Enfoque de la investigación*

- Cualitativo: se aplicó el enfoque cualitativo debido a que la investigación requiere de información que se encuentra en textos y otras fuentes bibliográficas, además, nos permite describir la situación actual, los objetivos a cumplirse, proceso de desarrollo, resultados del diagnóstico, entre otros datos de relevancia para la investigación.
- Cuantitativo: debido a que se requiere obtener datos específicos a encuestas aplicadas a la población de tal forma que se encuentre una respuesta a la causa efecto de la problemática existente.

3.1.2. *Nivel de investigación*

- Descriptivo: debido a la necesidad de identificar las características más relevantes, relacionadas con el Plan de negocios para el restaurante Casa Kuri, de esta forma se establecen los requerimientos necesarios para su correcto desarrollo.

Una vez determinada la metodología y para cumplir con los objetivos antes descritos, se procedió a la ejecución del proyecto de la siguiente manera:

3.2. Analizar el diagnóstico situacional del restaurante Casa Kuri

El análisis del diagnóstico situacional del restaurante Casa Kuri consistió en la realización de un análisis externo e interno, además de la elaboración de un estudio de mercado.

3.2.1. *Análisis externo*

Para el análisis externo se efectuó el análisis de los principales componentes de la metodología de SENPLADES, para el desarrollo del diagnóstico situacional se tomó en cuenta componentes específicos tomados de documentos públicos que se muestran a continuación:

Tabla 3- 1: Componentes de evaluación externa

COMPONENTES	DESCRIPCIÓN
Físico - espacial	En cuanto al físico – espacial se utilizó información primaria y secundaria del PDOT del cantón Riobamba. De acuerdo al diagnóstico recoge datos estadísticos e información técnica proporcionada por el INEC y la SENPLADES.
Ecológico	Con respecto al componente ecológico, se utilizó información de la biodiversidad y ecosistemas del territorio
Económico productivo - turístico	En cuanto a lo económico productivo, apunta a articular estrategias de cambio de la matriz productiva a incorporar a nuevos productos de la zona en relación con el PEA del cantón.
Socio - cultural	De acuerdo a lo socio cultural, se utilizó información de la población, densidad poblacional, etnia, educación, patrimonio cultural, entre otros.
Político – Administrativo	En cuanto a lo político administrativo, está conformado por la organización y estructura interna de la empresa
Análisis de mercado	Con respecto al análisis de mercado nos permite evaluar el tamaño de un mercado para identificar los gustos y preferencia del valor del mercado a ofertar.
Tecnológico	En cuanto a lo tecnológico, se utilizó para conocer más acerca de las nuevas tendencias de innovación en servicios de alimentos.

Fuente: SENPLADES

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

3.2.2. *Análisis interno*

Para el análisis interno se realizó el análisis de las principales características del negocio, es así como se tomó en cuenta varios componentes, entre ellos:

- **Diagnóstico Situacional:** Para el diagnóstico se realizó un análisis del restaurante desde sus inicios y su actividad económica y el estado de su situación actual.
- **Oferta:** Se tomó como referencia los principales platos que ofrece el restaurante Casa Kuri.
- **Clientes:** Se tomó en cuenta la cantidad de personas que llegan al establecimiento.
- **Proveedores:** Mediante fuentes primarias se registró a aquellos que entregan materiales e insumos para la preparación de los platos que ofrece el restaurante.
- **Recursos humanos:** Mediante a fuentes primarias se establece el talento humano para el Restaurante Casa Kuri.
- **Bienes y activos de negocio:** Se recopiló todos los bienes del restaurante Casa Kuri.
- **Competencia:** Mediante revisión bibliográfica de fuentes secundarias (catastro turístico del cantón) se tomó como competencia a todos los establecimientos de servicios de restaurante del cantón Riobamba.

3.2.3. *Análisis FODA*

Se realizó una evaluación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa, de forma general, interna y externa. El análisis FODA es una herramienta que nos ayuda a comprender la situación externa e interna de una empresa para luego dar solución a la misma.

3.2.4. *Estudio de mercado*

Para el estudio de mercado se consideró los siguientes parámetros para ser analizados:

Segmento del mercado: El segmento de mercado se tomó en referencia a los posibles clientes potenciales para el restaurante Casa Kuri. Los criterios fueron, cercanía, actividad, y preferencias de los clientes.

3.3. *Elaborar una estructura técnica, administrativa y de procesos del restaurante Casa Kuri*

El segundo objetivo planteado para esta investigación busca elaborar una estructura, técnica, administrativa y de procesos del restaurante Casa Kuri, por lo tanto, se establecen los parámetros para elaborar un plan de operaciones del proceso técnico de los recursos.

3.3.1. *Estrategias de funcionamiento*

- Misión
- Visión
- Políticas
- Estrategias
- Principios y valores

3.3.2. *Estructura Organizacional*

- Estudio técnico
- Estructura organizacional
- Organigrama
- Estrategia de marketing

3.4. Determinar el estudio económico y financiero del restaurante Casa Kuri

El tercer objetivo consiste en determinar el estudio económico y financiero, se analizaron los siguientes aspectos:

3.4.1. Económico

- Inversiones
- Cálculo del pago de la deuda
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de activos diferidos
- Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja

3.4.2. Financiero

- VAN
- TIR
- Periodo de recuperación
- Relación beneficio costo.

3.5. Universo

Para el presente estudio se ha focalizado como mercado prioritario la población del cantón Riobamba que transita por la parroquia urbana Lizarzaburu.

3.6. Muestra

Se calculó la muestra a través de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2(N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

n = tamaño de muestra

N = universo o población para el análisis de la demanda

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

z = nivel de confiabilidad (95%)

e= margen de error aceptado (5%)

Entonces:

$$n = \frac{115.118 * 0,5 * 0,5 * 0,96^2}{[(52068 - 1)(0,05)^2] + (0,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = 383$$

3.7. Técnica

Para la recolección de la información se aplicaron diferentes técnicas:

- **Observación:** para realizar un diagnóstico sobre la categoría en la que se encontraba el restaurant.
- **Encuesta:** con el objetivo de establecer las tendencias de consumo enfocados referentes a los restaurantes de los habitantes del cantón Riobamba
- **Entrevistas:** a fin de conocer el funcionamiento del restaurante.

3.8. Instrumento

Los instrumentos utilizados son:

- **Encuesta:** mismo que consta de variables dirigidas respectivamente al proyecto técnico (Anexo A).
- **Ficha de observación:** se aplicó la matriz de control de alimentos y bebidas establecida por el Ministerio de Turismo el cual el restaurante puede categorizarse como un restaurante turístico (Anexo B).

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Diagnostico Situacional

Una vez realizado el diagnostico situacional externo e interno del restaurante Casa Kuri, se obtuvieron la información que a continuación se detalla.

4.1.1. Análisis Externo

De acuerdo con los componentes establecidos por la SENPLADES, y en revisión de diferentes documentos públicos, se obtuvieron los siguientes resultados:

4.1.1.1. Físico – Espacial

- Ubicación Geográfica

El cantón Riobamba se ubica a 2.750 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra a 188 km, al sur de la ciudad de Quito, en la región central de la Sierra, es la capital de la Provincia de Chimborazo (GAD-Municipal Riobamba, 2020; p. 10).

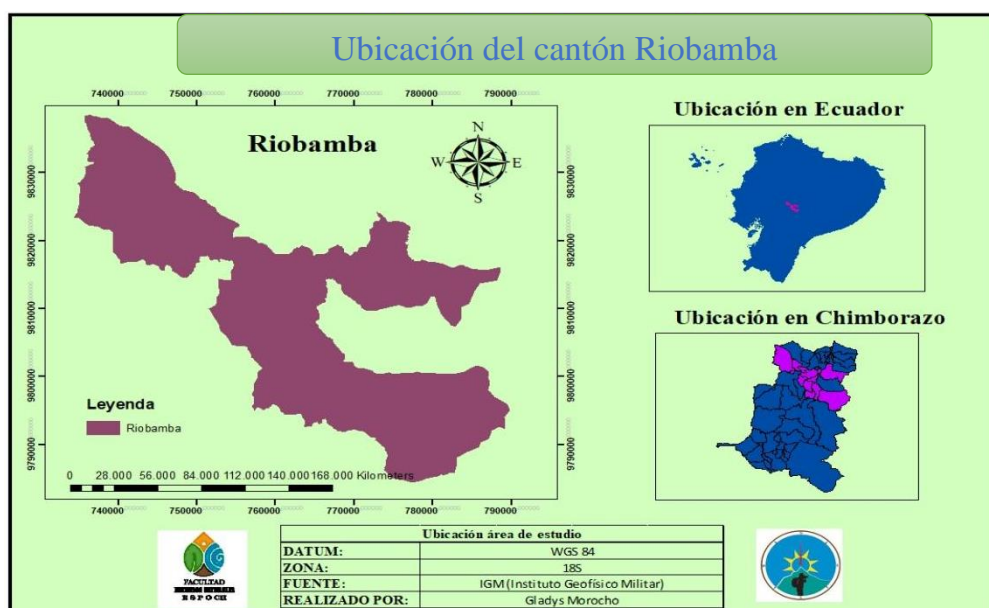


Ilustración 1-4: Ubicación del cantón Riobamba
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Límites

Los límites del cantón Riobamba, son los siguientes:

Tabla 4-1: Límites del cantón Riobamba

RIOBAMBA	
Norte	Guano y Penipe
Sur	Colta y Guamote
Este	Chambo
Oeste	Provincia de Bolívar

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- División política

Consta de cinco parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes; y de once parroquias rurales: San Juan, Licto, Calpi, Quimiag, Cacha, Flores, Punín, Cubijíes, Licán, San Luis y Pungalá (GAD-Municipal Riobamba, 2020; p. 12).

4.1.1.2. Económico Productivo – Turístico

Tabla 4- 2: PEA Cantonal Riobamba

PEA DEL CANTÓN RIOBAMBA CON PROYECCION AL 2022												
PEA 2010	Proyección 2011	Proyección 2012	Proyección 2013	Proyección 2014	Proyección 2015	Proyección 2016	Proyección 2017	Proyección 2018	Proyección 2019	Proyección 2020	Proyección 2021	Proyección 2022
96.335	97.780	99.247	100.735	102.246	103.780	105.337	106.917	108.521	110.148	111.801	113.478	115.180

Fuente: INEC, 2010.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En las dos últimas décadas según INEC, el cantón Riobamba ha tenido un crecimiento del 1,5% en cuanto a la composición de la población económicamente activa, esto indica que la proyección de

los consumidores es considerable ya que cada año va creciendo, esto permite innovar con nuevas propuestas de platos para clientes (INEC, 2010; p. 4).

- Catastro turístico de restaurante del cantón Riobamba

El cantón Riobamba al año 2020 contaba con un total de 270 locales destinados al expendio de alimentos y bebidas, registrados en el catastro turístico (Anexo D).

Tabla 4- 3: Establecimiento de Restaurantes y Bebidas

CANTÓN RIOBAMBA (Año 2022)	ALIMENTOS Y BEBIDAS
Cafetería	207
Fuente de soda	25
Restaurante	162
Establecimiento móvil	1
TOTAL	270

Fuente: MINTUR, 2022.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Previo al inicio de la COVID-19 el turismo tomaba un rol muy importante en el sector económico, es así como generaba alrededor del 10% de PIB mundial, este porcentaje era más alto en países que dependían en gran parte del turismo. El turismo es uno de los sectores de gran importancia en el Ecuador ya que genera oportunidades laborales y aporta al PBI del país (MINTUR, 2020; p. 15).

En el Ecuador, el turismo en el año 2019 generó una contribución directa al empleo del país con una cifra de 181,563 plazas de empleo. Así también la contribución total del empleo turístico fue de 408,774 personas empleadas en diferentes actividades del empleo relacionados al tema turístico (MINTUR, 2020; p. 15).

Los restaurantes en general de todos los países también se sintieron afectados por la COVID-19, como es el caso de los restaurantes del cantón Riobamba que debido al cierre de sus instalaciones por el contagio masivo que sufrió la humanidad, fue un factor negativo para el desarrollo turístico y económico, por lo cual no permitió la dinamización de la economía. Además, el turismo interno, nacional, e internacional fue afectado y esto ocasionó que dueños de restaurantes y personal de producción paralizaran sus actividades (MINTUR, 2020; p. 15)

Este es el caso del restaurante Casa Kuri que decide seguir su funcionamiento, pero con un personal reducido, el cual creó inestabilidad al negocio.

4.1.1.3. Socio – cultura

- Población

La población de la ciudad de Riobamba está compuesta por cinco parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes; y once parroquias rurales: San Juan, Licto, Calpi, Quimiag, Cacha, Flores, Punín, Cubijés, San Luis, Pungalá y Licán. Comprende mayo población mestiza y detrás de ella la población indígena. Utilizan el kichwa como lengua materna (GAD-Municipal Riobamba, 2020; p. 12).

La composición sociodemográfica del cantón experimenta cambios significativos en relación a la proporción de las diferentes etnias presentes en el cantón, pues en los últimos años es evidente la movilidad de familias campesinas e indígenas que migran hacia la zona urbana con el propósito de mejorar sus condiciones de vida, como el acceso a educación y para desarrollar actividades económicas que mejoren el ingreso familiar (GAD-Municipal Riobamba, 2020; p. 12).

- Análisis demográfico

Según los datos oficiales para el análisis demográfico corresponden al (INEC, 2010) que registra para el cantón Riobamba un total de 225.741 habitantes, lo que representa un crecimiento del 6% en una década, en relación al censo del año 2001 que registró una población de 193.315 habitantes y que para el 2014, según proyección realizada por el INEC, es de 246.861 habitantes. Gran parte de la población se concentra en áreas urbanas con un 65%, mientras que el 35% vive en áreas rurales, proporción que no varió entre el año 2001 y el año 2010 (GAD-Municipal Riobamba, 2020; p. 8).

A nivel del cantón, la población se concentra principalmente en la ciudad de Riobamba donde habitan un 69,43%, mientras que, en la zona rural, San Luis es la parroquia que mayor número de población tiene y que corresponde al 5,32%. Esto se explica por cuanto es una de las parroquias más cercanas a la ciudad e incluso su crecimiento se encuentra conurbado con la ciudad de Riobamba, mientras otras parroquias se encuentran un poco más alejadas, aunque actualmente cuentan con vías de conexión en buen estado (GAD-Municipal Riobamba, 2020; p. 8).

En este contexto se determina que, la mayor población está concentrada en el sector urbano, por lo cual existe una demanda de posibles clientes que optan por el consumo en los restaurantes existentes en el cantón. Por lo tanto, Casa Kuri a través de un estudio de mercado trata de conocer el perfil de cliente con el propósito de conocer sus preferencias en comida.

4.1.1.4 Análisis de mercado

- Gastronomía tradicional de Riobamba

La gastronomía de la ciudad de Riobamba es conocida a nivel nacional e internacional, se caracteriza por su peculiar variedad de platos típicos de la zona con un magnífico sabor. Así también han adaptado la gastronomía tradicional compartida con algunas provincias de los andes ecuatorianos, pero tienen un toque de la Riobambeñidad (GADM-Riobamba, 2020).

Entre los platos más representativos se pueden encontrar los siguientes (GADM-Riobamba, 2020).

- Hornado Riobambeño.
- Ceviche de chochos Riobambeño.
- Rompe nucas de Riobamba.
- Jugos de sal, pickles, quesos de chanco y pernils de la Sultana.
- Las Guagua mamas con fritada de Riobamba.

Así también se pueden encontrar una variedad de platos típicos de la ciudad, los más representativos se presentan a continuación (GADM-Riobamba, 2020).

- Llapingachos con chorizo y huevo.
- Helados de agua, de paila y otras delicias.
- Empanadas y bebidas de morocho
- Morcillas
- Caldo de 31
- Tripa Mishqui
- Cuyes y llamas asadas.
- Los bizcochos de Licto.

4.1.1.5 Político Administrativo

Las políticas administrativas de los restaurantes de Riobamba dependen mucho de la orientación que tienen cada uno los establecimientos en ofrecer un servicio de calidad, preparado, procesado para un perfil de cliente en específico.

Mediante un análisis externo de los restaurantes del cantón Riobamba para su política administrativa utilizan a la contabilidad como un importante sistema de control de sus operaciones y esto permite que la información contable que se genere se transforma en datos reales financieros que son utilizados por el gerente para tomar decisiones y evaluar el cumplimiento de los objetivos del establecimiento (Salazar et al., 2018).

En muchos de los restaurantes existentes en el cantón Riobamba procuran en ofrecer una carta variada tratando de captar mercado por lo que la competencia es cada vez más difícil y esto permite a que los restaurantes traten de innovar el trato justo a todos los clientes y atender cada una de sus sugerencias, inquietudes, reclamos por lo que el compromiso de los administradores es mantener un trato ético hacia sus clientes (Salazar et al., 2018).

El restaurante Casa Kuri trata de brindar un trato justo y esmerado a todos los clientes y apuesta en crecer como empresa orientada a dar un servicio e instalaciones de excelencia. Además, en lo político cumple normas de higiene en el personal que labora en el restaurante.

4.1.1.6 Tecnológico

De acuerdo con una encuesta multipropósito realizada por el INEC (2019) sobre tecnologías de la información y comunicación el acceso al internet a nivel nacional alcanza a un 59,2%. De las personas que usan internet a nivel nacional, el 68,1% accede desde su hogar. Tanto para el área urbana como rural, el “Hogar” es el lugar más frecuente en donde utilizan internet (INEC, 2019; p. 15).

En cuanto a la telefonía celular el 46% de las personas tienen acceso a un teléfono inteligente. Además, el existe un porcentaje elevado en cuanto al uso de las redes sociales y entre las más comunes se tiene Facebook 55,40%, WhatsApp 52%, Instagram 18%, YouTube 15,40%, Twitter 8,40%, LinkedIn 1,60% y Skype 1,50% (INEC, 2019; p. 35).



Ilustración 2-4: Uso de plataformas sociales en Ecuador.
Fuente: INEC, 2019.

La tecnología en los restaurantes de Riobamba ha ocasionado innovación en sus propietarios con el propósito de brindar un valor agregado al servicio del plato de comida como es el caso de algunos establecimientos que tienen páginas web en plataforma en el cual hay varios restaurantes de Riobamba a disposición de los clientes en el cual hay números de contactos utilizando la aplicación de WhatsApp esto hace que le permita al cliente optimizar sus tiempos al momento de solicitar una comida.

4.1.2. Análisis interno

4.1.2.1. Diagnóstico

- Historia del negocio

El restaurante Casa Kuri ubicado en la panamericana sur E-35 Km 4 ½, inició ofreciendo el servicio de alimentación en el año 2019, el negocio está dirigido por un grupo familiar de 3 personas, meses más tarde se vieron obligados a cerrar debido por la falta de clientes. En enero del año 2021 reabren el local e inician su funcionamiento.

El restaurante “Casa Kuri” en el año 2019, apertura sus instalaciones con el fin de brindar a la población del sector La Media Luna, un servicio de alimentación empírico, con un ambiente familiar y amplio espacio, pero por inexistencia de un plan de negocios este no ha podido mantenerse, cerrando sus puertas y permaneciendo abandonado por casi dos años dentro de un sector que es de paso obligado para buses interprovinciales, automóviles, transporte turístico y de transporte variados, por ser una panamericana que conecta con la ciudad de Riobamba y el resto de provincias del norte y sur del Ecuador.

4.1.2.2. Oferta

Los platos que se ofrece en el restaurante Casa Kuri son variados, teniendo en cuenta como plato principal al pollo asado. A continuación, se presenta la oferta vigente en el restaurante Casa Kuri.

Tabla 4- 4: Oferta del Restaurante “Casa Kuri”

N°	NOMBRE DEL PLATO	INGREDIENTE	PRECIO
1	2 pollos asados enteros	Pollo, verduras, papas, condimentos, arroz	\$ 14,99
2	1 pollo asado entero	Pollo, verduras, papas, condimentos, arroz	\$ 8,99
3	½ pollo	Pollo, verduras, papas, condimentos, arroz	\$ 5,50
4	¼ pollo	Pollo, verduras, papas, condimentos, arroz	\$ 3,50
5	1/8 pollo	Pollo, verduras, papas, condimentos, arroz	\$ 2,50
6	Almuerzo casero	Sopa, plato fuerte (arroz) y jugo	\$ 2.75
7	Yaguarlocro	Plato, más sangre, aguacate y jugo	\$ 4,00
8	Hamburguesa con huevo	Pan, huevos, papas	\$ 1,50
9	Yapingacho	Tortillas, chorizo y ensalada	\$ 4,50
10	Hamburguesa con tocino y jamón	Pan, carne, papas, queso, tocino y jamón	\$ 2,99
11	Comida Rápida	Papas, salchicha de carne, salsa y jugo	\$ 3,50
12	Salchipapas con huevo	Papas, salchicha, huevos, salsa	\$ 1,25
13	Papi carne	Papas, carne, ensalada, salsa	\$ 1,25

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.1.2.3. Clientes

El restaurante Casa Kuri está ubicado en el sector denominado la “Media Luna” un sitio estratégico de la ciudad de Riobamba en una zona de afluencias de personas, sin embargo, la administración del negocio no cuenta con un registro de la cantidad de personas que llegan al establecimiento. Se estima una cifra aproximada de 45 platos diarios.

4.1.2.4. Proveedores

Quienes entregan los materiales e insumos para la preparación del platillo son Rey pollo y Pronaca quienes proveen la materia prima (pollo), los demás insumos son adquiridos diariamente en diferentes supermercados.

4.1.2.5. Recursos humanos

El restaurante Casa Kuri es un negocio familiar y en cuanto al talento humano está compuesto por 3 personas, quienes desempeñan distintos roles.

A continuación, se presenta el listado del talento humano.

Tabla 4- 5: Talento Humano del Restaurante

N°	GÉNERO	CARGOS	FUNCIONES
1	Masculino/Femenino	Administrador	Administración, transporte de alimentos, contabilidad
2	Masculino/Femenino	Chef	Preparación de alimentos, mesero
3	Masculino/Femenino	Mesero polifuncional	Mesera, ayudante cocina, limpieza, cajera

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.1.2.6. Bienes y activos del negocio

Los bienes que poseen el restaurante Casa Kuri han sido adquiridos por los propietarios del negocio con el propósito de mejorar la calidad del servicio y optimizar la producción.

A continuación, se presentan el listado de los bienes del restaurante (Tabla 4-6).

Tabla 4- 6: Bienes del Restaurante “Casa Kuri”

Activos	Unidad	Cantidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Terreno	m2	220	200	44.000
Construcción	m2	285	281	80.085
Mesas	Unidad	15	50	750
Sillas	Unidad	60	30	1.800
Nevera	Unidad	1	800	800
Smart tv	Unidad	1	400	400
Tv 23 pulgadas	Unidad	1	200	200
Self service	Unidad	1	500	500
Cocina industrial	Unidad	1	2000	2.000
Gas	Unidad	5	50	250
Vajillas	Global	1	200	200
Cubiertos	Global	1	200	200

Activos	Unidad	Cantidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Utensilios de cocina	Global	1	200	200
Termómetro	Unidad	1	15	15
Picadora de papas	Unidad	1	35	35
Refrigeradora	Unidad	2	400	800
Freidora de papas	Unidad	1	600	600
Horno	Unidad	1	500	500
Mesas de trabajo	Unidad	1	150	150
Pozos o fregadora	Unidad	1	90	90
Campana Extractor de humo inoxidable	Unidad	1	150	150
Microondas	Unidad	1	110	110
Cafetera	Unidad	1	400	400
Pailas	Unidad	1	300	300
Ollas	Global	1	400	400
Licuadaora	Unidad	1	130	130
Balanza	Unidad	1	20	20
Perchas	Unidad	6	50	300
Tostadora	Unidad	1	25	25
Extractor de jugo	Unidad	1	150	150
Batidora	Unidad	1	25	25
Extractor de jugo	Unidad	1	15	15
Decoración de pared	Global	1	1500	1.500
Insumos de baño	Unidad	1	25	25
Inversión Total				144.173,26

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023

4.1.2.7. Competencia

La competencia del mercado está conformada por todos los establecimientos de servicios de restaurante con la categoría de segunda, tercera, cuarta y quinta de la parroquia Lizarzaburu del cantón Riobamba, los datos que se presentan son actualizados e inventariados por el catastro turístico del ministerio de turismo (ANEXO D).

4.1.3. Análisis FODA

Se llevó a cabo, el análisis FODA del restaurante Casa Kuri, como un método adicional de diagnóstico, de esta forma se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 4- 7: FODA del Restaurante Casa Kuri.

N°	FORTALEZAS	N°	OPORTUNIDADES
1	Profesionales en el área de cocina que elaboran productos de calidad.	1	Existencia de un catastro turístico emitido por el Ministerio de Turismo.
2	Infraestructura adecuada para una atención oportuna y con confort.	2	Ferias gastronómicas y turísticas a nivel cantonal, provincial y nacional.
3	Atención al cliente en kichwa / español	3	Convenios con operadoras turísticas.
4	Materia prima adecuada para la elaboración del producto de calidad.	4	Personas capacitadas en diferentes áreas capaces de desarrollar emprendimientos.
5	Servicio VIP y Wifi con los adecuados servicios para la atención al público.	5	Uso de tecnología en la comunicación, promociones y publicidad
N°	DEBILIDADES	N°	AMENAZAS
1	Administración empírica del restaurante.	1	Declaración de pandemia s nivel mundial.
2	Escasa promoción y publicidad como lugar turístico.	2	Competencia directa en la zona.
3	Ausencia de una filosofía empresarial que identifique la actividad y donde desea llegar.	3	Nuevas tendencias de consumo a nivel local.
4	No cuenta con una adecuada administración del talento humano.	4	Crisis económica.
5	Ausencia de proyecciones financieras para tomar decisiones.	5	Efectos de crisis política en el consumo de productos y servicios.
	<ul style="list-style-type: none"> Definición de los parámetros para la administración del personal Elaboración de un plan turístico y de marketing 		

Realizado por: Morocho, Gladys., 2023.

4.1.3.1. Análisis externo

Tabla 4- 8: Análisis Externo de Impacto.

No.	Descripción	Impacto			
		Amenaza fracaso 1	Amenaza menor 2	Oportunidad menor 3	Oportunidad de éxito 4
	Oportunidades				
1	Existencia de un catastro turístico emitido por el Ministerio de Turismo.			•	
2	Ferias gastronómicas y turísticas a nivel cantonal, provincial y nacional.				•
3	Convenios con operadoras turísticas.				•
4	Personas capacitadas en diferentes áreas capaces de desarrollar emprendimientos.			•	
5	Uso de tecnología en la comunicación, promociones y publicidad.				•
	Amenazas				
1	Declaración de pandemia s nivel mundial.	•			
2	Competencia directa en la zona.		•		
3	Nuevas tendencias de consumo a nivel local.		•		
4	Crisis económica.	•			
5	Efectos de crisis política en el consumo de productos y servicios.	•			
	Impacto				

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023

Tabla 4- 9: Análisis Externo Ponderado

No.	Descripción	Ponderación		
		Ponderación	Calificación	Total
Oportunidades				
1	Existencia de un catastro turístico emitido por el Ministerio de Turismo.	0,12	3	0,36
2	Ferias gastronómicas y turísticas a nivel cantonal, provincial y nacional.	0,14	3,5	0,49
3	Convenios con operadoras turísticas.	0,14	3,5	0,49
4	Personas capacitadas en diferentes áreas capaces de desarrollar emprendimientos.	0,12	3,5	0,42
5	Uso de tecnología en la comunicación, promociones y publicidad.	0,14	3,5	0,49
Amenazas				
1	Declaración de pandemia s nivel mundial.	0,06	2	0,12
2	Competencia directa en la zona.	0,08	1,5	0,12
3	Nuevas tendencias de consumo a nivel local.	0,08	1,5	0,12
4	Crisis económica.	0,06	2	0,12
5	Efectos de crisis política en el consumo de productos y servicios.	0,06	2	0,12
Impacto		1		2,85

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023

4.1.3.2 Análisis interno

Tabla 4- 10: Análisis Interno de Impacto.

No.	Descripción	Impacto			
		Debilidad fracaso 1	Debilidad menor 2	Fortaleza menor 3	Fortaleza de éxito 4
Fortalezas					
1	Profesionales en el área de cocina que elaboran productos de calidad.				•
2	Infraestructura adecuada para una atención oportuna y con confort.			•	
3	Atención al cliente en kichwa / español				•
4	Materia prima adecuada para la elaboración del producto de calidad.			•	
5	Servicio VIP y Wifi con los adecuados servicios para la atención al público.				•
Debilidades					
1	Administración empírica del restaurante.	•			

2	Escasa promoción y publicidad como lugar turístico.	•			
3	Ausencia de una filosofía empresarial que identifique la actividad y donde desea llegar.		•		
4	No cuenta con una adecuada administración del talento humano.	•			
5	Ausencia de proyecciones financieras para tomar decisiones.	•			

Fuente: Investigación propia.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 11: Análisis Interno Ponderado.

No.	Descripción	Ponderación		
		Ponderación	Calificación	Total
Fortalezas				
1	Profesionales en el área de cocina que elaboran productos de calidad.	0,14	3,5	0,49
2	Infraestructura adecuada para una atención oportuna y con confort.	0,12	3	0,36
3	Atención al cliente en kichwa / español	0,14	3	0,42
4	Materia prima adecuada para la elaboración del producto de calidad.	0,12	3,5	0,42
5	Servicio VIP y Wifi con los adecuados servicios para la atención al público.	0,14	3	0,42
Debilidades				
1	Administración empírica del restaurante.	0,06	1,5	0,09
2	Escasa promoción y publicidad como lugar turístico.	0,06	1	0,06
3	Ausencia de una filosofía empresarial que identifique la actividad y donde desea llegar.	0,1	1,5	0,15
4	No cuenta con una adecuada administración del talento humano.	0,06	1,5	0,09
5	Ausencia de proyecciones financieras para tomar decisiones.	0,06	1,5	0,09
Impacto		1		2,59

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

De acuerdo con el diagnóstico realizado al restaurante Casa Kuri, se obtuvo que este no cuenta con una categoría de acuerdo con la ficha de observación del MINTUR (Anexo B).

4.2. Estudio de mercado

Para determinar presentar el proyecto es necesario conocer la aceptación del mismo por la población, identificando las necesidades, preferencias y tendencias del mercado, para lo cual se calculó la fórmula matemática de la muestra para poblaciones finitas del universo de la población económicamente activa del cantón Riobamba, el cual nos da como efecto 383.

4.2.1. Análisis de resultados

Para la aplicación de las 383 encuestas se aplicó en el sector la Media Luna, el Bypass y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por la cercanía con la ubicación del restaurante casa Kuri y su gran afluencia poblacional, como resultado se obtuvo que:

- Género

Tabla 4- 12: Género

Detalle	Porcentaje
Femenino	44%
Masculino	56%
Total	100%

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

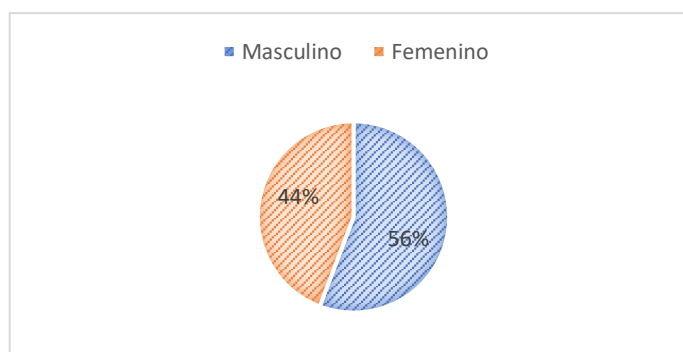


Ilustración 3 – 4: Género

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En lo referente, al género se pudo establecer que el 56% pertenecen al sexo masculino mientras que el 44% son mujeres, todos participaron gustosos generando respuestas para en los diferentes interrogantes.

- Edad

Tabla 4- 13: Edad

Detalle	Valor
18 – 20	49
21 – 35	145
36 – 45	90
46 – 65	95
Más de 65	4
Total	383

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

A continuación, se presenta la representación gráfica de la tabla.

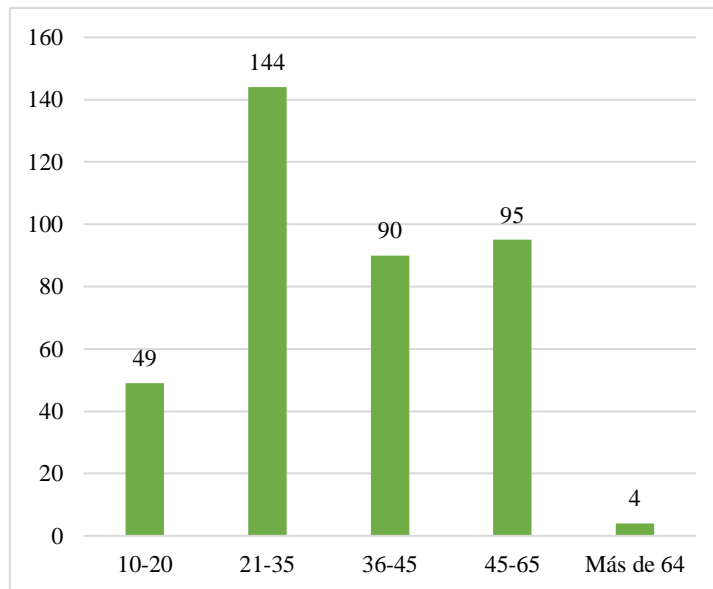


Ilustración 4 - 4: Edad

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración, se aprecia que las edades con mayor porcentaje oscilan entre los 21-35 años, les sigue los de 45-65 años, luego de 36-45 años, posteriormente los de 10-20 y finalmente los de más de 64 años.

- Tiene un restaurante de su preferencia

Tabla 4- 14: Restaurante de Preferencia

Detalle	Valor
Si	68%
No	32%
Total	100%

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

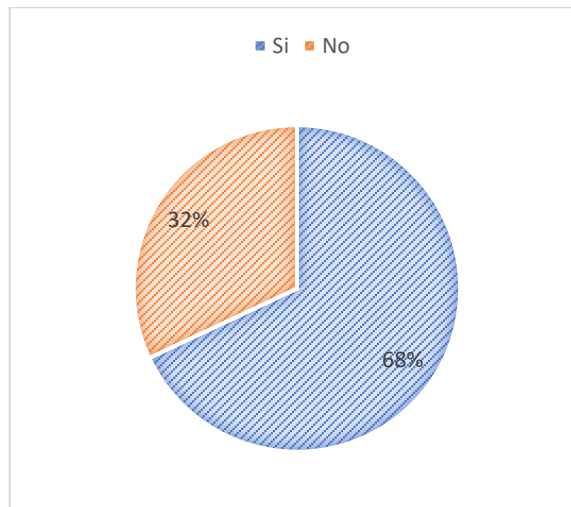


Ilustración 5 - 4: Restaurante de su Preferencia

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En lo referencia a un restaurante de su preferencia el 68% dice que sí cuentan con varios locales que prefieren su consumo constante, mientras que el 32% reconocen estar abierto a comprar alimentos en cualquier lugar para alimentarse.

- Cuantas veces al mes frecuenta un restaurante distinto a donde se ofertan menús o almuerzo diarios

Tabla 4- 15: Frecuencia de Asistencia a los Restaurantes.

Detalle	Valor
Ninguna	4.19%
1 – 2 veces	34.03%
3 – 5 veces	39.53%
Más de 5 veces	22.25%
Total	100%

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

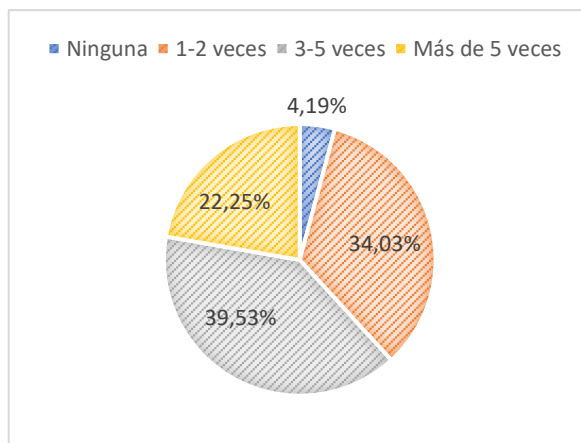


Ilustración 6 – 4: Frecuencia de visitantes

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 6-4, se aprecia que el 39,53% ha frecuentado de 3 a 5 veces un restaurante, mientras que el 34,03% ha frecuentado de 1 a 2 veces, posteriormente el 22,25 ha frecuentado más de 5 veces, y finalmente el 4,19% no han frecuentado ningún restaurante.

- Personas con las que habitualmente acude al restaurante o establecimiento de comidas de su preferencia

Tabla 4- 16: Personas con las que se acuden a un restaurante.

Detalle	Valor
Solo	11.26%
1 – 2 personas	46.43%
3 – 5 personas	27.75%
Más de 5 personas	14.66%
Total	100.00%

Fuente: Tabulación de la encuesta

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

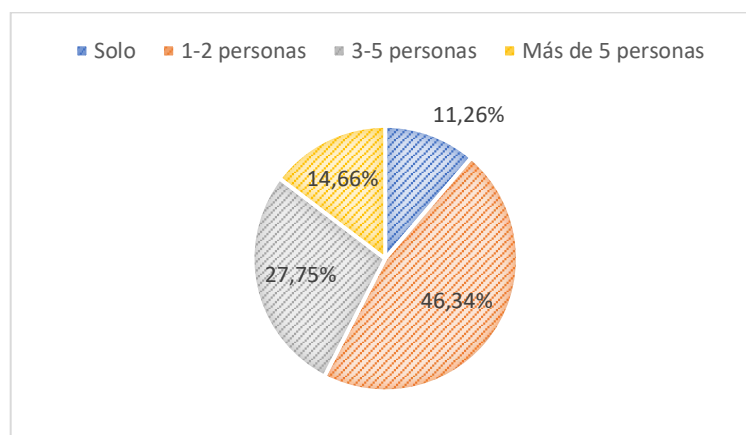


Ilustración 7 – 4: Número de personas que acuden al restaurante

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

De acuerdo a la anterior ilustración, se aprecia que el 46,34% acuden de 1 a 2 personas a un restaurante, mientras tanto que el 27,75% acuden de 3 a 5 personas, posteriormente el 14,66% acuden más de 5 personas y finalmente el 11,26% acuden solos.

Podemos decir que por lo general es una actividad familiar buscan un local para dirigirse con sus parientes como un momento de compartir, también es una actividad grupal que puede ser laborar o un grupo de amigos.

- Cantidad promedio que gasta por persona en cada ocasión que visita su restaurante de preferencia

Tabla 4- 17: Cantidad de gastos por persona

Detalle	Valor
2 - 4 dólares	38.48%
5 – 6 dólares	24.61%
6 – 8 dólares	15.97%
Más de 8 dólares	20.94%
Total	100.00%

Fuente: Tabulación de la encuesta
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

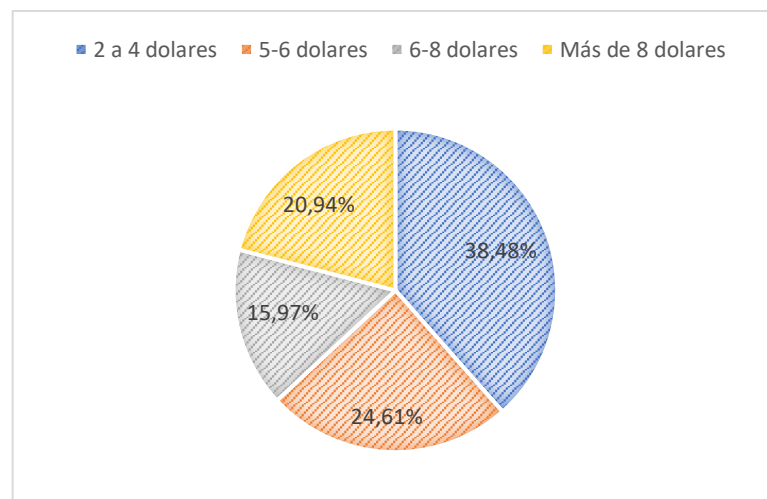


Ilustración 8 – 4: Cantidad de gasto por persona

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 8-4, se aprecia que el 38,48% gasta en promedio de 2 a 4 dólares, por otro lado, el 24,61% gasta de 5 a 6 dólares, posteriormente el 15,97% gasta de 6 a 8 dólares, finalmente el 20,94% gasta en promedio más de 8 dólares.

- Nivel de importancia de la accesibilidad del restaurante al que acude.

Tabla 4- 18: Edad

DETALLE	VALOR
18 – 20	49
21 – 35	145
36 – 45	90
46 – 65	95
Más de 65	4
Total	383

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

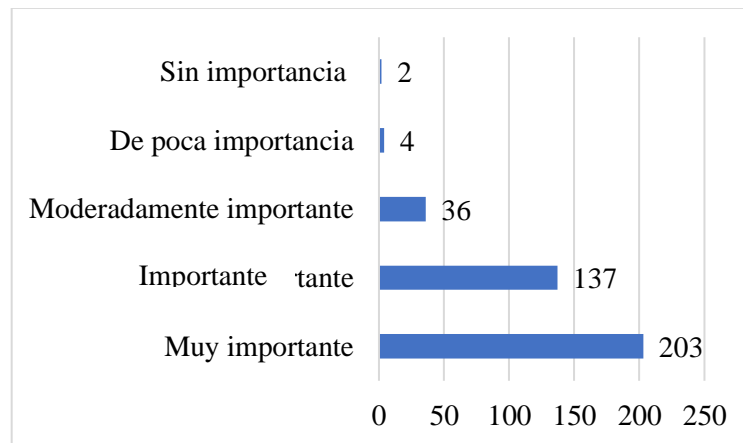


Ilustración 9 – 4: Nivel de importancia sobre la accesibilidad

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Mientras que en la ilustración 9-4, se aprecia que el tema de accesibilidad es muy importante para el cliente en el servicio que ofrece un restaurante, siendo un aspecto importante a considerar para la determinación de la decisión de consumo.

- Nivel de importancia de la infraestructura ofertada por un restaurante

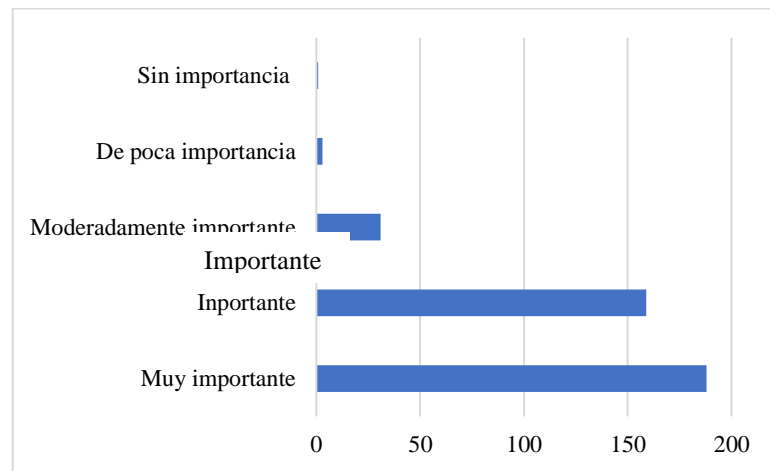


Ilustración 10 – 4: Nivel de importancia sobre infraestructura
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 10-4, se aprecia que el tema de infraestructura es muy importante para el cliente en el momento de ingresar al restaurante, pues las instalaciones adecuadas y con los muebles adecuados crean un ambiente de confort para los visitantes quienes están dispuestos a repetir las visitas cuando sea necesario.

- Nivel de Importancia de la Promoción

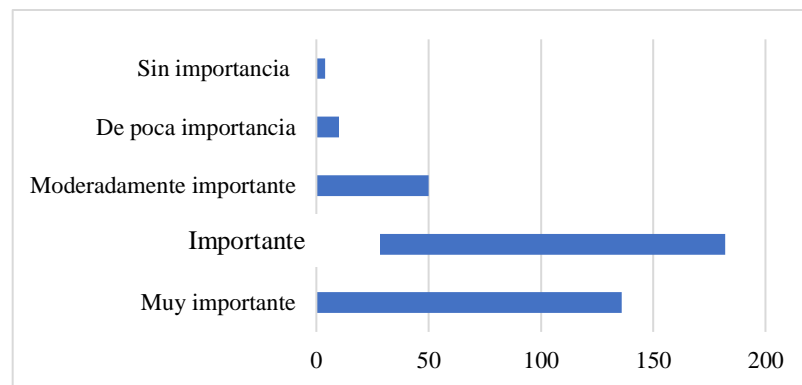


Ilustración 11 – 4: Nivel de importancia de sobre la promoción.
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 11-4, se aprecia que el tema de promoción es importante, ya que ayuda a difundir y promocionar el restaurante en medios publicitarios, adicionalmente busca mantener la imagen del restaurante vigente y posicionado en el mercado para la toma de decisiones.

- Nivel de Importancia del Producto

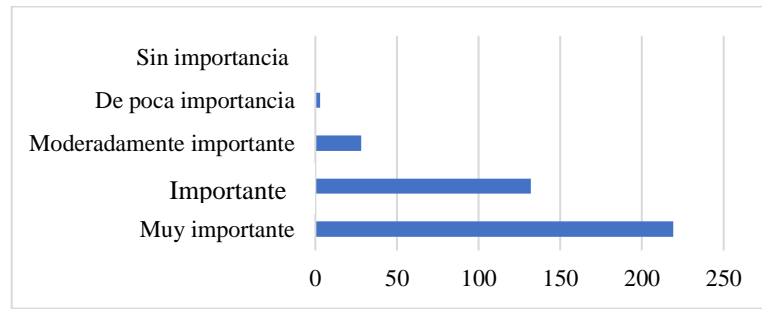


Ilustración 12 – 4: Nivel de importancia sobre el producto.
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 12-4, se aprecia que el tema sobre el producto a ofertar es muy importante, recordemos que los comensales prefieren productos de calidad, con un sabor sin igual y variedad para su presentación a los consumidores, quienes buscan la calidad en los platos que ofrece el restaurante, procurando ser reconocidos por su menú a nivel local.

- Conocimiento del restaurante Casa Kuri ubicado en la panamericana sur E-35 Km 1 ½

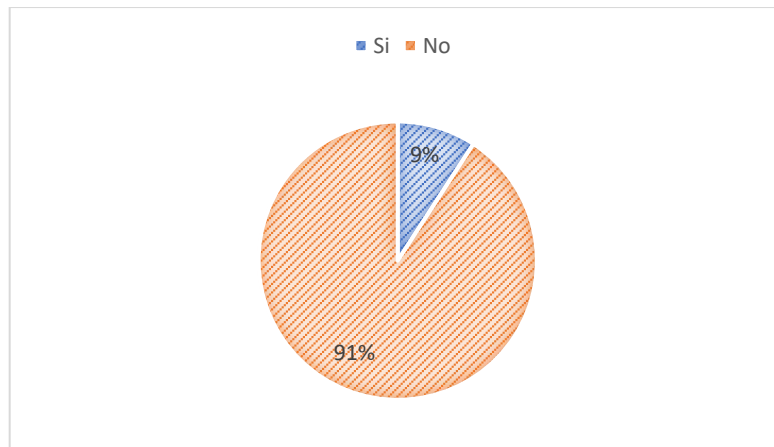


Ilustración 13 – 4: Conocimiento de la ubicación de Casa Kuri
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 13-4, se aprecia que el 91% desconocen el restaurante Casa Kuri, pues no aparece en el Google maps, mientras tanto que el 9% si conocen dicho restaurante pues en algún momento han sido clientes del mismo otros simplemente lo identifican por la cercanía a sus viviendas.

- Tipo de alimentos le gustaría que le ofrecieran

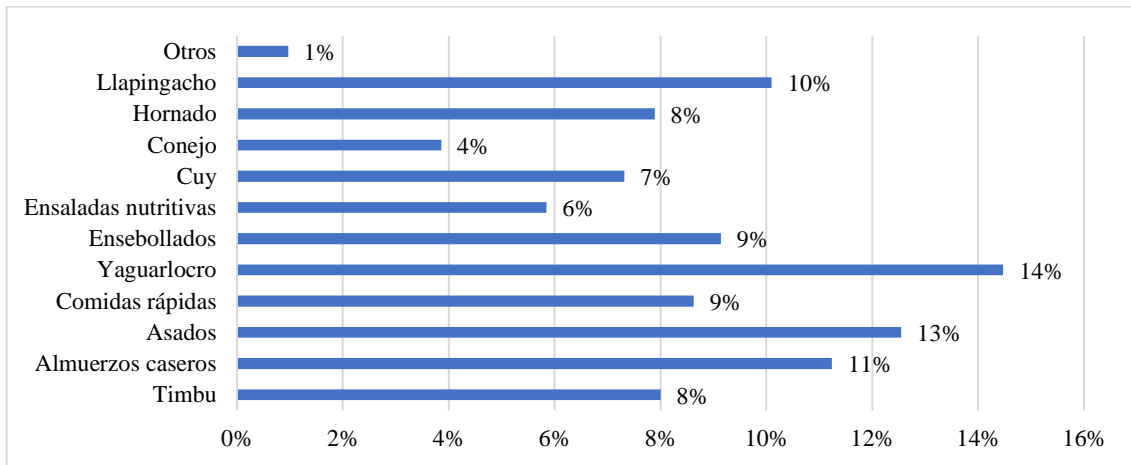


Ilustración 14 – 4: Requerimientos de tipos de platos

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 14-4, se aprecia que la mayoría de los consumidores prefieren platos tradicionales como: el 14% les gustaría el yahuarlocro, mientras que el 13% prefieren asados, seguido con un 11% buscan almuerzos caseros variados, debido a que lo ven como un punto de consumo permanente, por lo que existen variedad de platos que se podrían ofrecer a los clientes

- Tiempo que estaría dispuesto a esperar para la preparación de un platillo de su preferencia

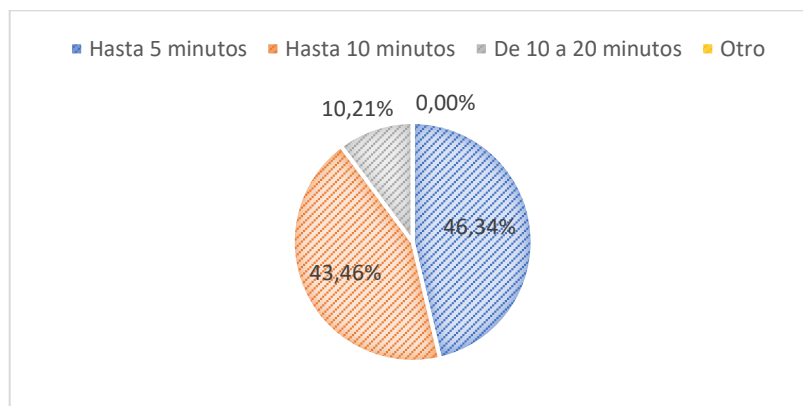


Ilustración 15 – 4: Tiempo de espera para la preparación del platillo

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 15-4, se aprecia que el 46,34% está dispuesto a esperar hasta 5 minutos, por otro lado, el 43,46% prefieren esperar hasta 10 minutos, finalmente el 10,21% desea esperar entre 10 a 20 minutos.

- Estaría usted dispuesto en visitar y consumir en el restaurante temático “Casa Kuri”, establecimiento que oferta diversidad de platillos basadas en la identidad cultural de los pueblos de Chimborazo y que el mismo este calificado por el ministerio de turismo.

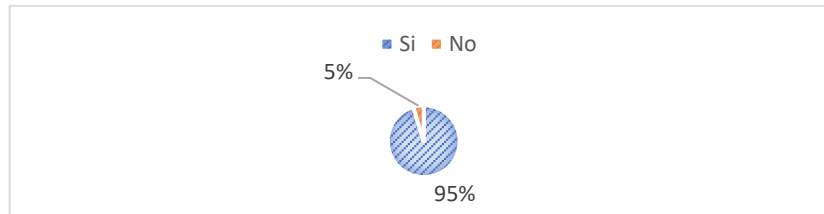


Ilustración 16 – 4: Aceptación de la propuesta.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En la ilustración 16-4, se aprecia que el 95% si acepta la propuesta de un restaurante temático, por lo cual se debe implementar el mencionado restaurante.

4.2.2. *Demanda Potencial*

U = 115.180 (habitantes PEA cantón Riobamba 2022)

DP = 115.180 *95%

DP = 109421 personas

4.2.3. *Proyección de la Demanda*

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Co= Demanda Potencial (109421)

i= índice de crecimiento poblacional anual (1,5%)

n= años a proyectarse (1-5)

Tabla 4- 19: Proyección de la Demanda Potencial

Año	Demanda Potencial Proyectada
0 (2022)	109.421
1 (2023)	111.062
2 (2024)	114.419
3 (2025)	119.646
4 (2026)	126.988
5 (2027)	136.802

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.4. *Oferta actual de la competencia.*

En un área considerada de afluencia como es el sector de la Media Luna, se encuentra ubicada el Restaurante Casa Kuri. Según el Catastro del Municipio de Riobamba (Anexo D), existen 29 restaurantes los mismos que tienen una categoría de un tenedor, al realizar salidas in situ se observó 5 restaurantes que son competencia directa en el sector por brindar el servicio similar al de restaurante Casa Kuri.

Tabla 4- 20: Oferta Actual de la Competencia

N°	Oferta Turística De La Competencia
1	Picantería Anita “La Tradición”
2	Restaurante El buen Sazón 1
3	Restaurante El buen Sazón 2
4	El Sabor Cuencano
5	Tradicional Restaurante

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.5. *Proyección de la oferta de la competencia*

Para el cálculo de la proyección de la oferta de la competencia detallada en el cuadro anterior en el cual se consideró el número de restaurantes que se especializan en platos típicos en la zona de estudio obteniendo como promedio de ventas de 47 platos en el día por restaurante.

Y el cálculo para la obtención de resultados fue:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Co= oferta de la competencia (84 600)

i= índice de crecimiento poblacional anual (1,5%)

n= años a proyectarse (1-5)

Tabla 4- 21: Proyección de la Oferta Turística de la Competencia

Año	Oferta turística de la competencia
0 (2022)	84.600
1 (2023)	85.869
2 (2024)	88.464
3 (2025)	92.505
4 (2026)	98.182
5 (2027)	105.770

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.6. *Proyección de la demanda insatisfecha*

Tabla 4- 22: Proyección Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA	OFERTA DE LA COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA
0 (2022)	109.421	84.600	24.821
1 (2023)	111.062	85.869	25.193
2 (2024)	114.419	88.464	25.955
3 (2025)	119.646	92.505	27.140
4 (2026)	126.988	98.182	28.806
5 (2027)	136.802	105.770	31.032

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.7. *Demanda Objetiva*

El cálculo de la demanda objetivo se realizó aplicando la siguiente fórmula:

$$DO=DI*CM$$

El porcentaje de captación esperado para el presente proyecto es del 86 %.

$$DO = 24821 * 86 \%$$

$$DO = 21346 \text{ clientes}$$

En cuanto a la captación se estima un 86% de captación debido a que la capacidad del restaurante es de 60 comensales.

Tabla 4- 23: Proyección Demanda Objetivo

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO
0 (2022)	24.821	21.346
1 (2023)	25.193	21.666
2 (2024)	25.955	22.321
3 (2025)	27.140	23.341
4 (2026)	28.806	24.773
5 (2027)	31.032	26.688

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.8. *Propuesta de Modelo de Negocios Restaurante Casa Kuri*

4.2.7.1 Misión

Casa Kuri es un restaurante que se especializa en la comida típica de la localidad, instaurando platos innovadores y deliciosos con los más altos estándares de calidad, el compromiso principal de Casa Kuri es la satisfacción de las necesidades, expectativas y deseos de sus clientes al ofrecerles un menú caracterizado en la diversidad étnica de Chimborazo.

4.2.7.2 Visión

Casa Kuri, es una empresa que se perfila en los próximos 5 años como un restaurante temático turístico, reconocido de la ciudad de Riobamba, tanto por el sabor y calidad de los platos como por el servicio prestado por su personal y el alto grado de satisfacción de nuestros clientes. De esta manera el Restaurante Casa Kuri logrará maximizar sus niveles de rentabilidad, proporcionando grandes oportunidades laborales en la región para mejorar la calidad de vida no solo de sus colaboradores sino de la sociedad en general.

4.2.7.3 Valores

Para Casa Kuri los valores son importantes ya que guían y describen el trabajo y servicio que cada cliente encontrara en el restaurante. Los principales valores de Casa Kuri son:

- Honestidad.
- Solidaridad.
- Pulcritud.

- Confianza.
- Calidad.
- Responsabilidad.
- Excelencia.

Además de:

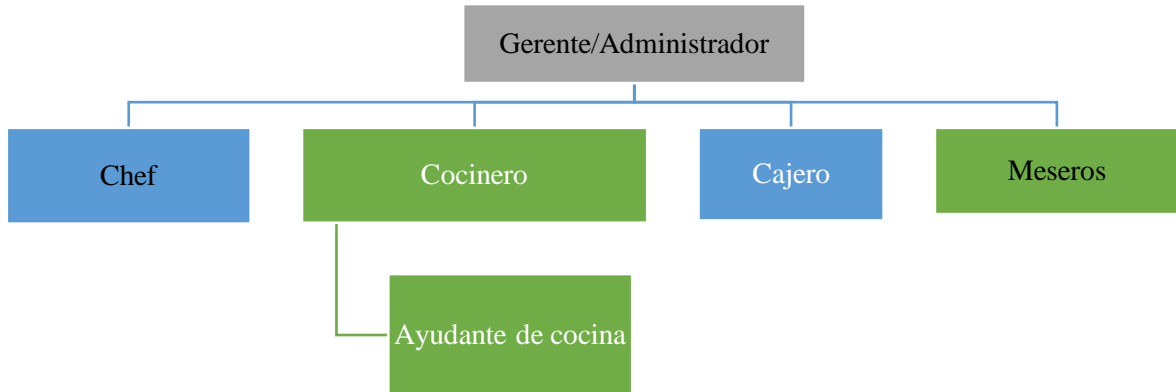
- La experiencia de nuestros clientes.
- Nuestro compromiso con los clientes.
- Trabajamos por la rentabilidad de nuestro negocio.
- Nos esforzamos en mejorar de forma continua.

4.2.7.3 Principios que se destacan en Casa Kuri:

- La calidad: máxima calidad y seguridad en los productos que se verifica a lo largo de todas las fases de producción y selección de productos, desde los ingredientes y la preparación de la comida en el restaurante.
- El servicio: el cliente es siempre lo más significativo y el objetivo es obtener en todo momento el 100% de su satisfacción. La rapidez del servicio, el trato amable y personal y la adaptación a los gustos del cliente son los medios para conseguirlos.

4.2.9. Estructura Administrativa

- Organigrama Estructural



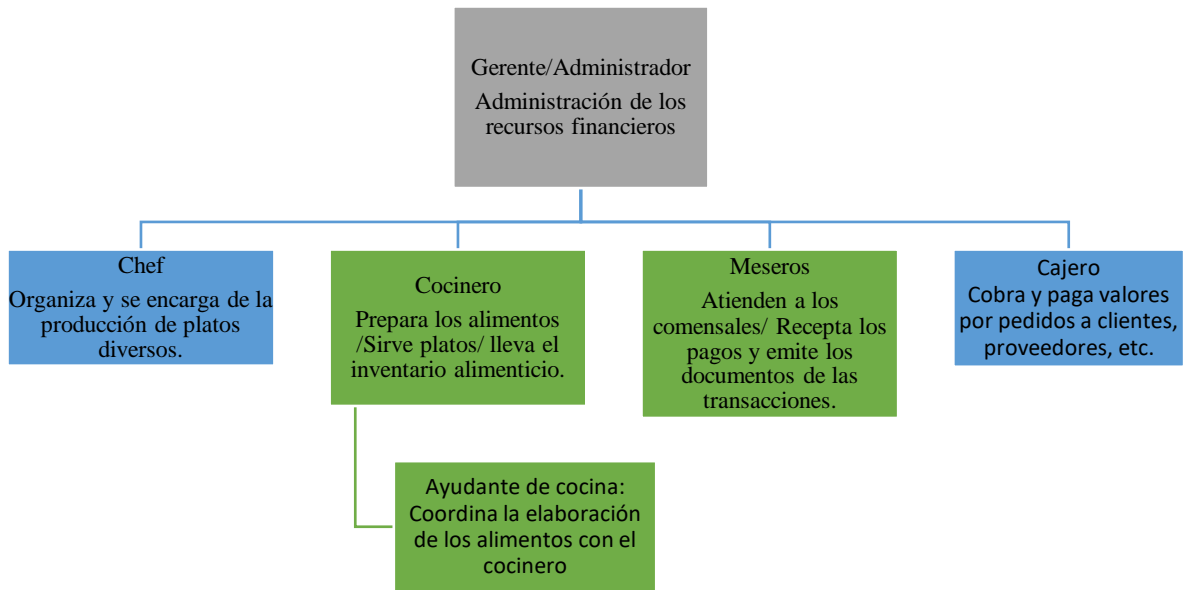
Leyenda:

Directivo	■
Administrativo	■
Operativo	■
Línea Jerárquica	Descendente
Relación de dependencia	—————
Relación de trabajador no casual	-----

Ilustración 17-4: Organigrama Estructural.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Organigrama Funcional.



Leyenda:

Directivo	■
Administrativo	■
Operativo	■
Línea Jerárquica	Descendente
Relación de dependencia	—

Ilustración 18-4: Organigrama Funcional

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 24: Manual de Funciones Gerente/Administrador

PARÁMETROS	DETALLE
Misión	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la administración del restaurante siendo el representante legal ante los organismos de regulación, proveedores, clientes y empleados.
Línea jerárquica	<ul style="list-style-type: none"> • Es el principal dentro de la administración, delega responsabilidad y administra los recursos.
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de gerenciar y direccionar las actividades propias del negocio. • Planifica el trabajo considerando los recursos y los tiempos. • Se encarga de crear estrategias competitivas en el mercado acorde a las metas de posicionamiento. • Es el responsable de la administración del talento humano vigilando el buen funcionamiento del restaurante. • Revisa y analiza los estados financieros previo a la toma de decisiones. • Participa en la elaboración de menú y la presentación de propuestas a los comensales. • Lidera el trabajo se encarga de resolver conflictos entre el personal y terceros. • Es la persona encargada de la atención al cliente. • Se encarga del proceso de adquisición y por ende participa en la negociación con los proveedores. • Responsable de la administración de los recursos líquidos.
Funciones secundarias	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyará en las otras actividades cuando sea necesario.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de turismo • Estudios de tercer nivel • Conocimientos básicos en administración de negocios, servicio al cliente. • Conocimientos en marketing • Experiencia laboral de 2 años en cargos similares.
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero/a en Ecoturismo o afines • Ingeniero en Administración de Empresas • Profesional de Gastronomía

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 25: Manual de Funciones del Cocinero

PARÁMETROS	DETALLE
Misión	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la elaboración de los alimento
Línea jerárquica	<ul style="list-style-type: none"> • Subordinado del chef.
Funciones principales	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar la elaboración de los alimentos con el chef. • Mantener un inventario de los productos. • Mantener organismos de control alimenticio.
Funciones secundarias	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en las actividades que sean solicitadas por la administración siempre y cuando no interfieran con sus actividades principales.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser un cocinero eficiente • Tener una experiencia mínima de 6 meses • Capaz de trabajar bajo presión actualizado en conocimientos en el área alimenticia.
Perfil profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnólogo en gastronomía. • Licenciado en gastronomía.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 26: Manual de Funciones Ayudante de Cocinero

PARÁMETROS	DETALLE
Misión	<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda al cocinero a elaboración de los alimentos
Línea Jerárquica	<ul style="list-style-type: none"> • Subordinado del chef.
Funciones Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar la elaboración de los alimentos con el cocinero. • Mantener un inventario de los productos. • Coloca el pedido en los platos.
Funciones Secundarias	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en las actividades que sean solicitadas por la administración siempre y cuando no interfieran con sus actividades principales.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Ser un cocinero eficiente • Tener una experiencia mínima de 6 meses • Capaz de trabajar bajo presión actualizado en conocimientos en el área alimenticia.
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 27: Manual de funciones del Chef

PARÁMETROS	DETALLE
Misión	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el responsable de la administración de la cocina y la definición del menú.
Línea Jerárquica	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la cocina siendo el principal de esta área subordinado de la administración.
Funciones Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Liderar el equipo de cocina con un trabajo coordinado • Toma de decisiones en base a la información entregada de los comensales y la administración. • Verificar el buen estado de los alimentos previo al proceso de cocción. • Seleccionar los platos del menú considerando las preferencias de los comensales y la disponibilidad de la materia prima. • Preparación del menú según el menú previsto. • Cumplir con las normas de aseo y nutrición al momento de la cocción. • Compra de insumos alimenticios y materia prima procurando. • Conocer y gestionar el stock de la cocina.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en el área gastronómica • Trabajo en el equipo • Tener capacidad de innovadora • Tener liderazgo y capacidad de intercomunicación
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciatura en Gastronomía • Capacidad de Organización • Capacidad de manejar el estrés

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 28: Manual de Funciones del Mesero

PARÁMETROS	DETALLE
Misión	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la atención al cliente y de la entrega de los platos a cada una de las mesas.
Línea Jerárquica	<ul style="list-style-type: none"> • Es subordinado principal de la administración y trabaja de manera coordinada con caja.
Funciones Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la atención al cliente pues presenta el menú y recibe los pedidos. • Organiza la manera adecuada las mesas limpias y ordenas. • Ordenar los utensilios. • Recapta los pedidos para llevar a domicilio. • Verifica que se cumpla con los pedidos y entrega los clientes. • Se encarga de mantener limpio el salón. • Informa de cualquier novedad al administrador
Funciones Secundarias	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en las actividades que sean solicitadas por la administración siempre y cuando no interfieran con sus actividades principales.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en cualquier especialidad • Experiencia mínimo 6 meses • Servicio al cliente • Cursos realizados en servicios de restaurante y bar; gastronomía, vinos y licores
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en servicio al cliente • Buena actitud • Brindar atención personalizada a clientes especiales • Capacidad de interrelación con los clientes

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 29: Manual de funciones del Cajero

PARÁMETROS	DETALLE
Misión	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de cobrar los pedidos y realizar la administración de los recursos líquidos.
Línea Jerárquica	<ul style="list-style-type: none"> • Es subordinado principal de la administración y trabaja de manera coordinada con el mesero.
Funciones Principales	<ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la atención al cliente. • Entrega a los meseros los comensales para la distribución en las mesas. • Facturación y documentos de respaldo de las transacciones. • Efectúa controles en el proceso de administración de los activos líquidos. • Informa de cualquier novedad al administrador
Funciones Secundarias	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en las actividades que sean solicitadas por la administración siempre y cuando no interfieran con sus actividades principales.
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Bachiller en cualquier especialidad • Experiencia mínimo 6 meses • Servicio al cliente
Perfil Profesional	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en servicio al cliente • Buena actitud • Brindar atención personalizada a clientes especiales • Capacidad de interrelación con los clientes • Honesto • Responsable

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.10. Estudio Técnico

Casa Kuri restaurante aplicará una reestructuración en cuanto a sus procesos de atención al cliente y preparación de menús; como distribución en planta.

4.2.11. Estructura de Procesos

4.2.10.1 Proceso de Atención Cliente

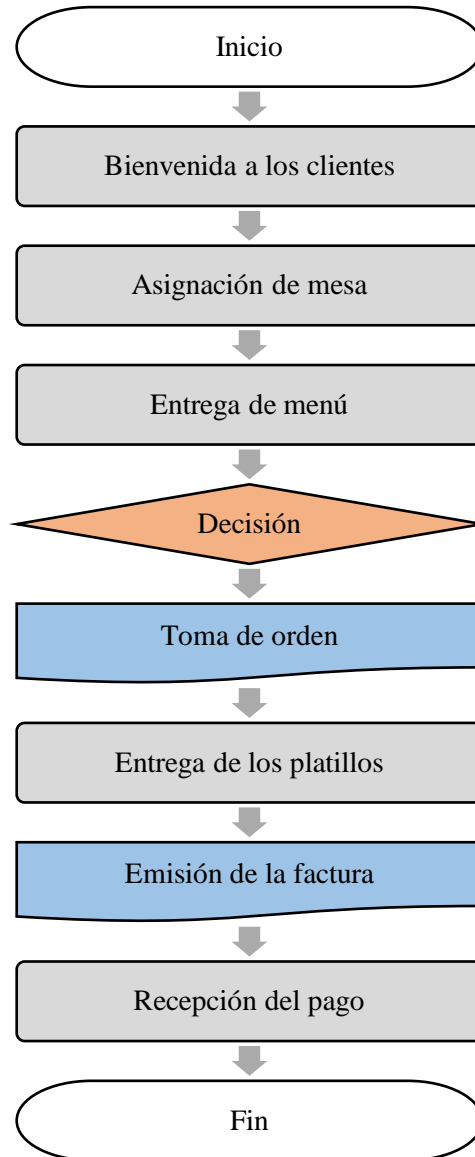


Ilustración 19-4: Proceso de Atención al Cliente
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.10.2 Proceso de producción

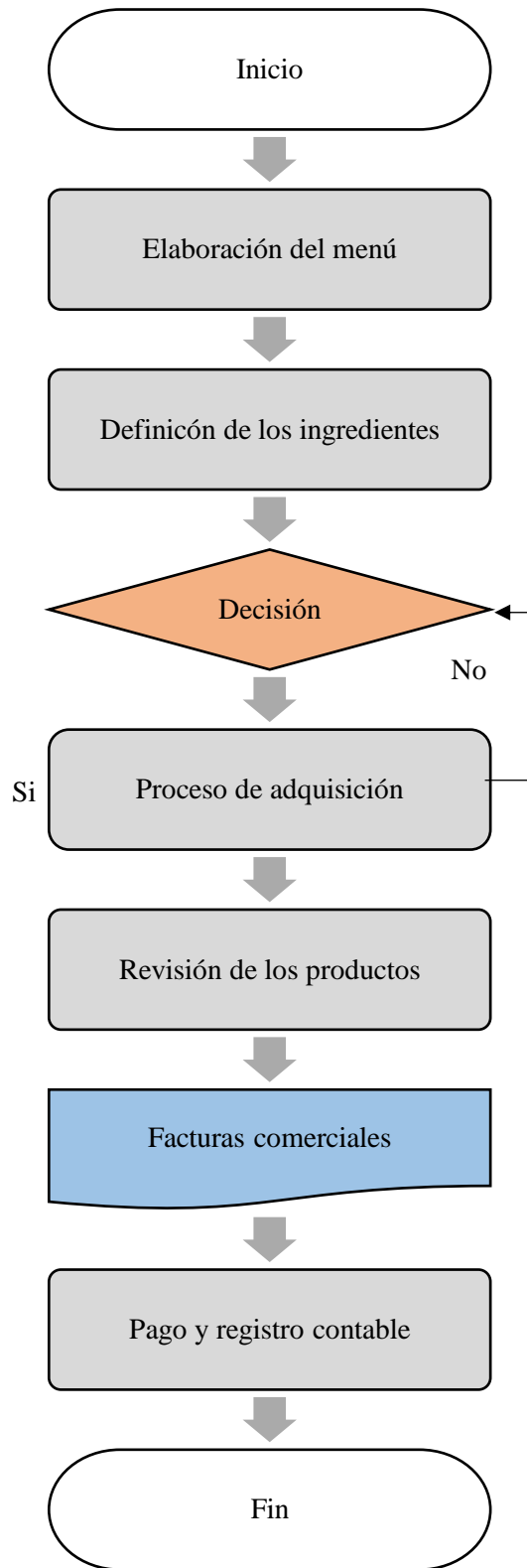


Ilustración 20-4: Proceso de Producción
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 30: Procedimientos del Proceso de Atención al Cliente

Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Dentro del proceso de atención al cliente tenemos la bienvenida a los clientes por parte de la cajera y el mesero. • Se asignará una mesa acompañada por el mesero y ubica a las personas. • Entregará el menú después de un tiempo considerable se acercará a tomar la orden. • Se establecerá la decisión del platillo que desea consumir. • Una vez realizado este proceso se entregará a la cocina para que se preparen los platillos. • Se entregan los platillos a cada una de las mesas. • Una vez finalizado el servicio se entregará la factura y se solicitará el pago.
Controles claves	<ul style="list-style-type: none"> • Control de las ordenes o pedidos • Factura • Registro contable
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Cajera • Mesero • Chef

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 31: Proceso de Menús

Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Se elaboran el menú para la semana de atención. • Se definen los ingredientes que se va a requerir para cada uno de los platillos. • Una vez presentada esta información el administrador tomará la decisión. • Se realiza el proceso de adquisición con los diferentes proveedores. • Verificar la calidad y los precios una vez realizado el proceso de adquisición. • Se recibe la factura comercial y otros documentos que legalicen la transacción. • Se realiza el pago con el registro contable
Controles claves	<ul style="list-style-type: none"> • Menú • Factura • Registro contable
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador • Chef • Contador

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Ilustración 21 – 4: Restaurante “Casa Kury”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.11 Tamaño del proyecto

Se realizó un análisis de la demanda potencial con el propósito de determinar el tamaño del proyecto en función de la demanda objetiva que permita un adecuado estudio técnico para el restaurante Casa Kuri.

4.2.12. Distribución en Planta

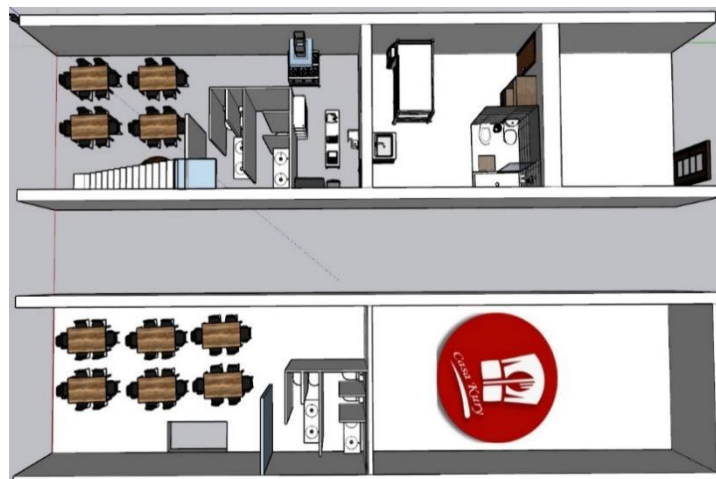


Ilustración 22-4: Distribución Física del Restaurante.
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.2.13. Matriz de control alimentos y bebidas MINTUR.

Al realizar la matriz del MINTUR para la categorización de restaurante los resultados no fueron favorables ya que se obtuvo un resultado de 58 puntos quedando fuera de ser considerado un restaurante turístico. (Anexo C)

El puntaje mínimo para categorización es de 72 puntos, como puntaje base para ser considerado un restaurante de un tenedor.

Es así que se propone:

- Implementar un acceso universal al establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o personal que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente).

Antes:

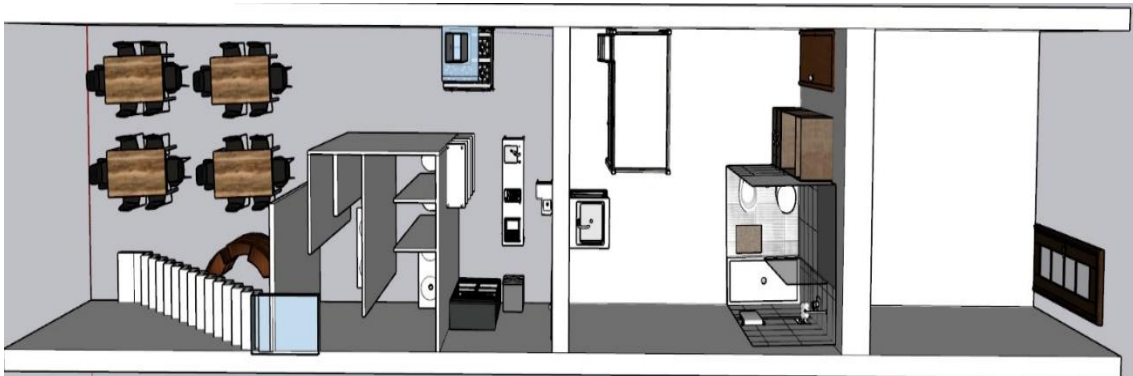


Ilustración 23-4: Vista del Restaurante

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Después

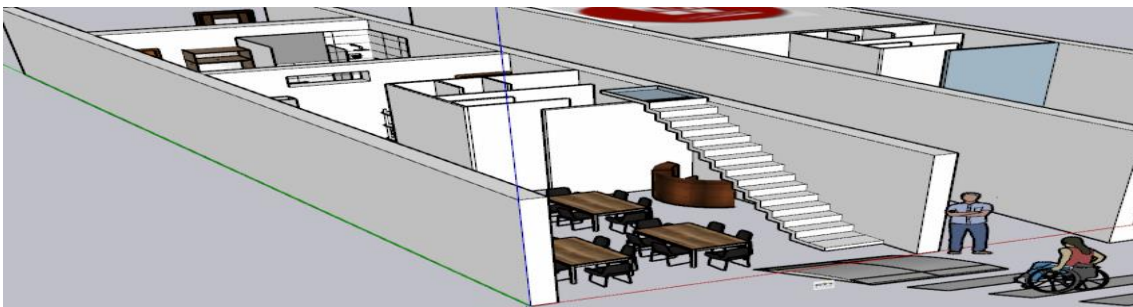


Ilustración 24-4: Acceso de Facilidades para el Uso de Personas con Discapacidad

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Implementar contenedores de desperdicios con tapa.

Antes:

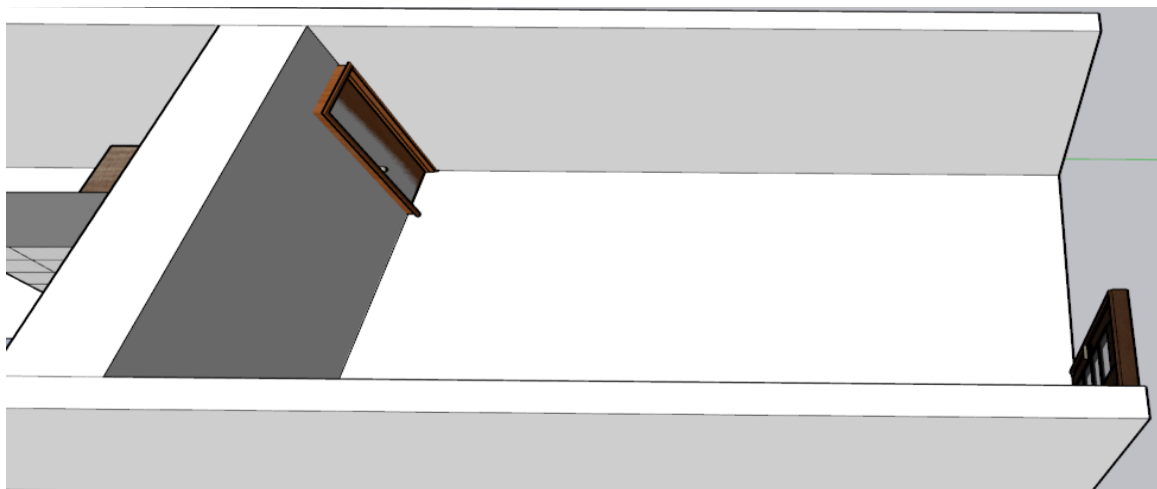


Ilustración 25-4: Vista del Lugar de Desechos

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Después

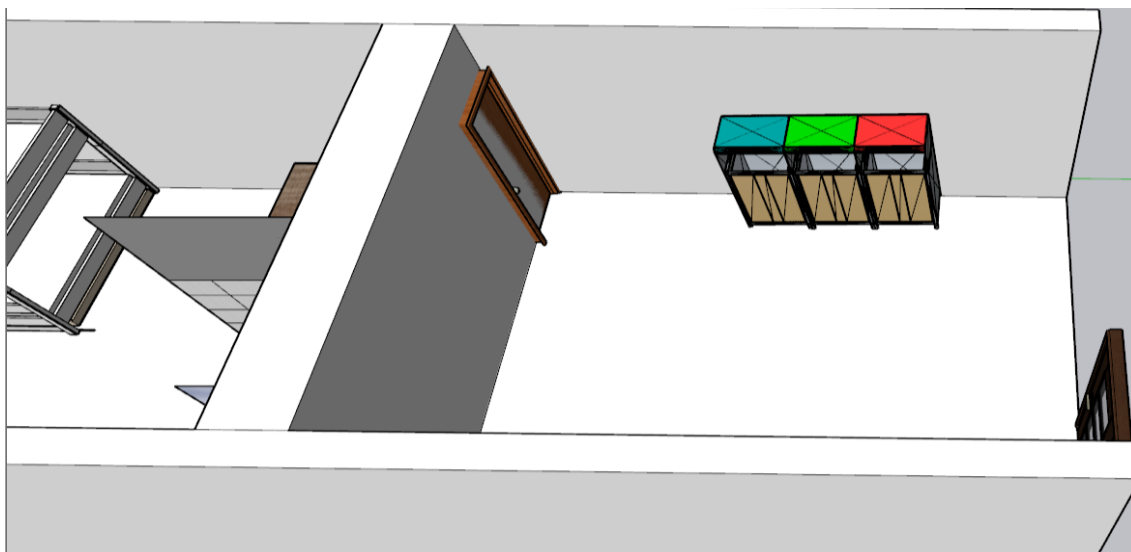


Ilustración 26-4: Vista del Lugar de Desechos con sus Contenedores y Tapas.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:
 - a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.
 - b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.
 - c. Dispensador de desinfectante de manos con este elemento disponible.

Antes a, b, c

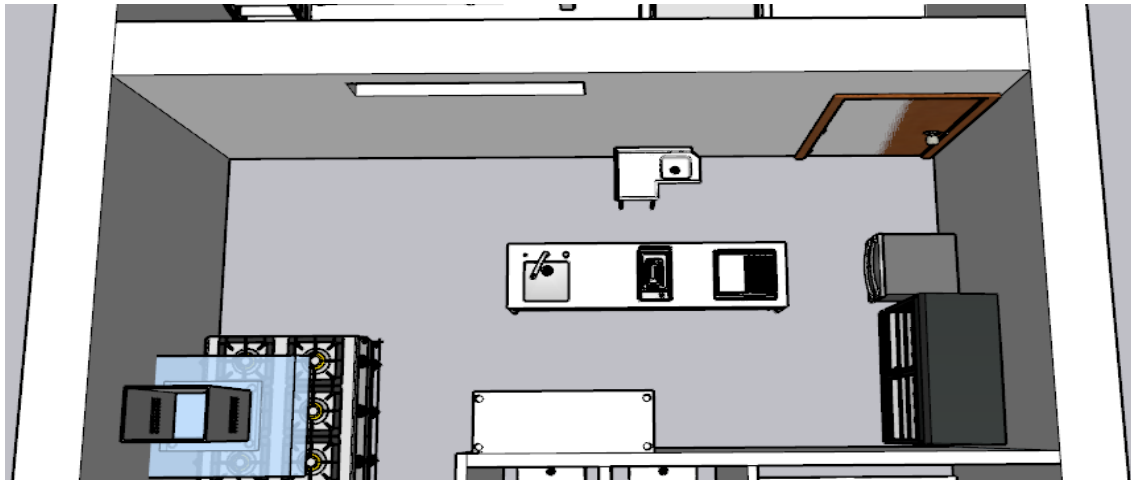


Ilustración 27-4: Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimentos
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Después a, b, c

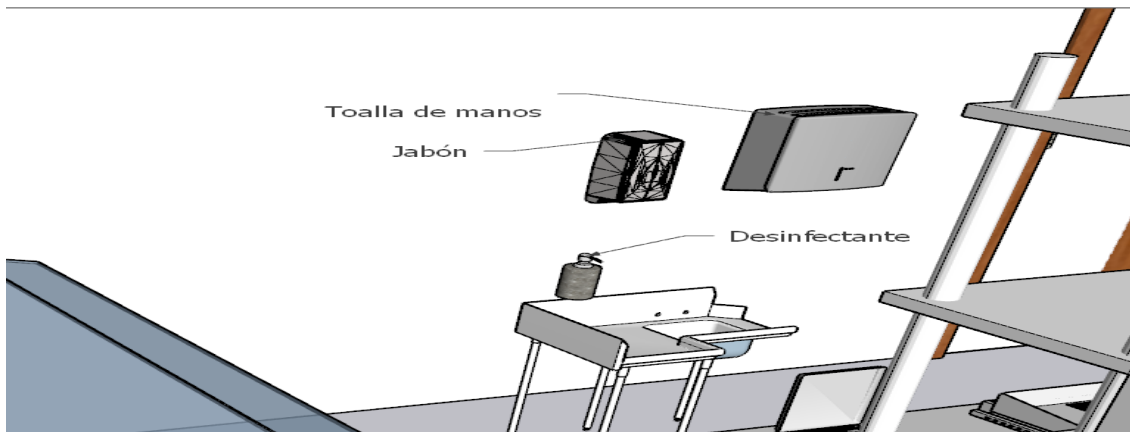


Ilustración 28-4: Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimento con sus Respectivos Equipamientos.
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, ni elementos oxidados), deben ser de material de fácil limpieza.
- La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso. No deben estar en contacto con el piso.

Antes:

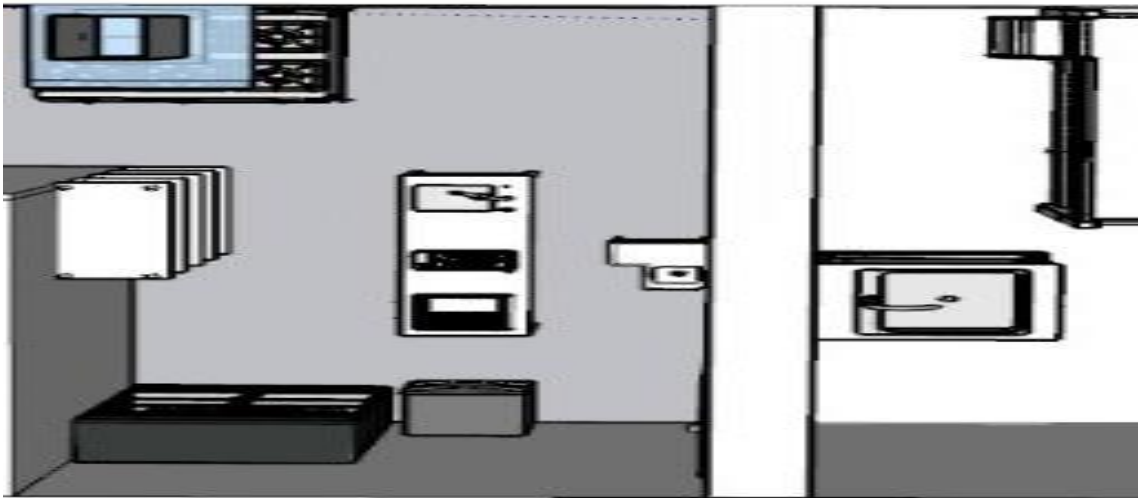


Ilustración 29-4: Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimento
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Después:

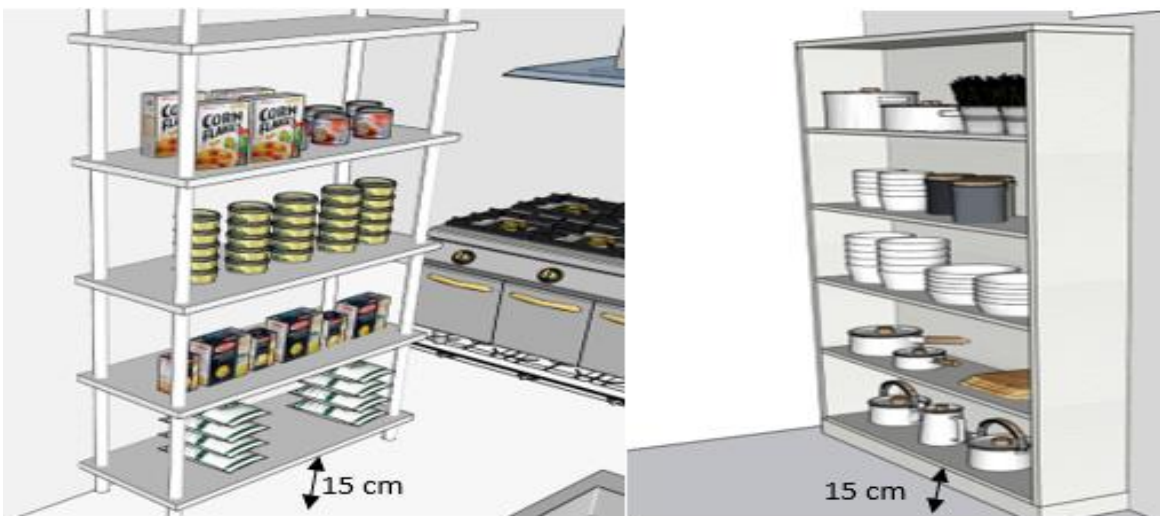


Ilustración 30-4: Perchas con Distancias del Suelo Requerido por el MINTUR
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Debe contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.

Antes:

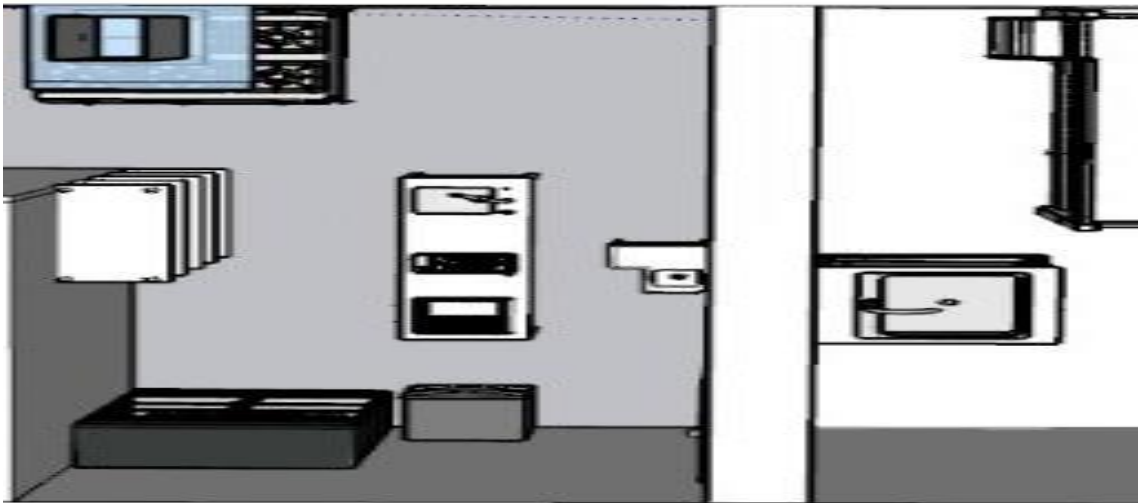


Ilustración 31-4: Vista Interna del Departamento de Preparación de Alimento
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Después:

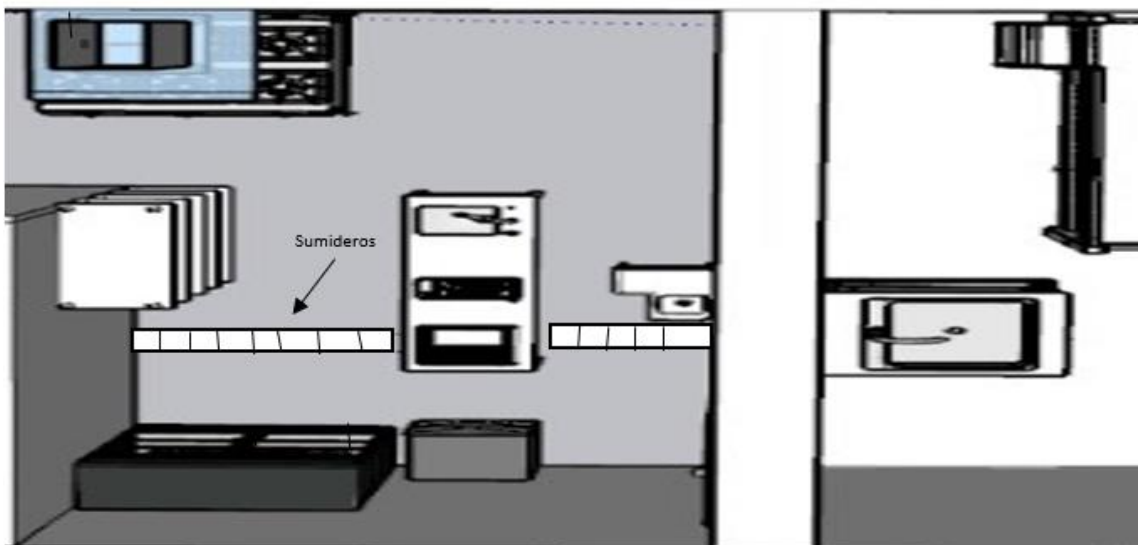


Ilustración 32-4: Vista Interna del Departamento de Preparación con Sumideros.
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Debe contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.

Antes:

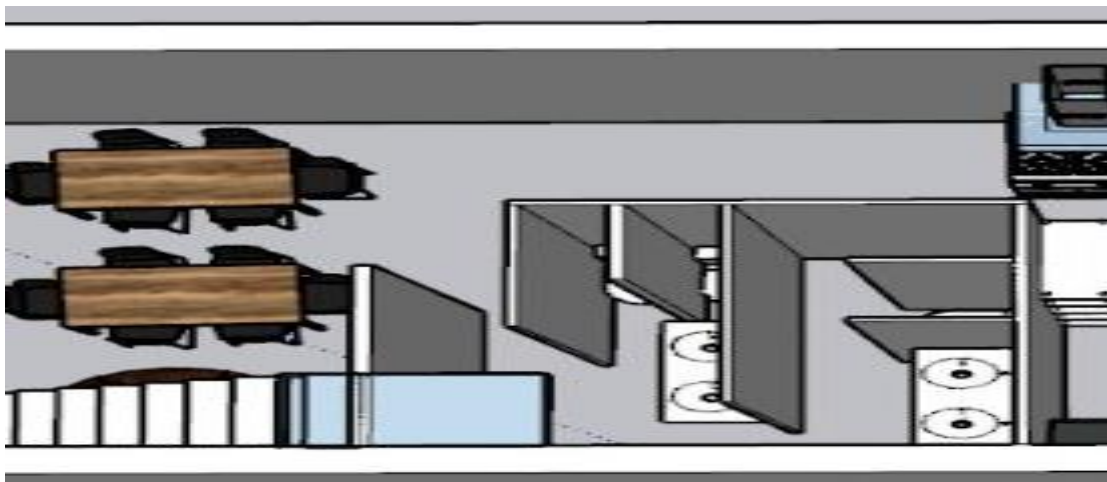


Ilustración 33-4: Vista Interna del Área de Servicios Higiénicos.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Después:

Los servicios higiénicos estarán diseñados de acuerdo a los requerimientos establecidos por la norma INEN 2293-2015, Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico, área higiénica sanitaria.

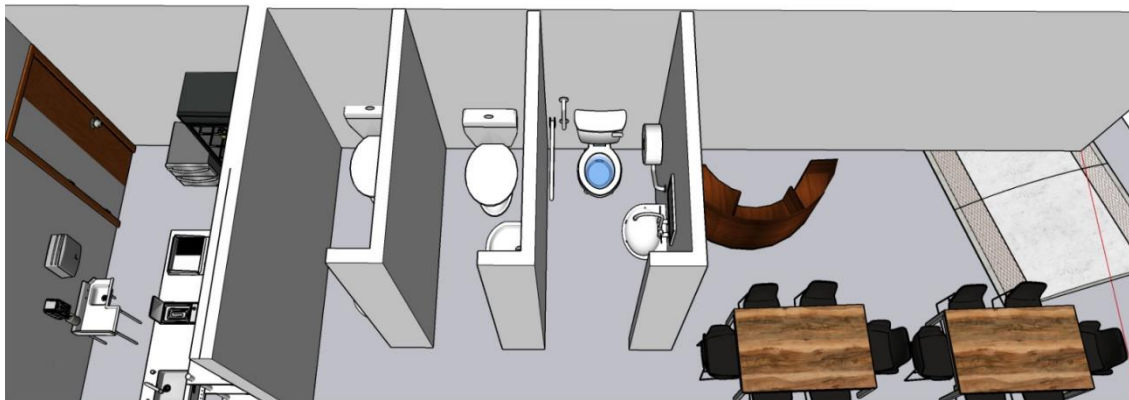


Ilustración 34-4: Vista Interna del Área de Servicios Higiénicos con Normativa.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3. Estrategia de marketing

En lo referente a las estrategias de marketing: se ha considerado la realización de promoción y publicidad mediante redes sociales también el uso de pautas en medios radiales y el empleo de impresos comerciales con la finalidad de dar a conocer “Casa Kury”, los productos y los servicios que brinda adicionalmente se efectuarán convenios con agencias turísticas; para que se han incluido dentro de los paquetes a la ciudad de Riobamba cómo lugar de encuentro y de buena.

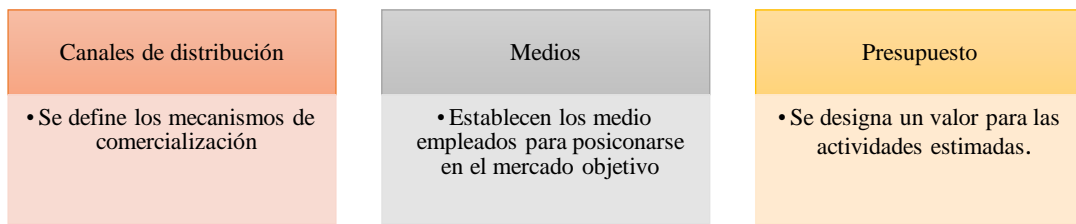


Ilustración 35-4: Elementos de las Estrategias de Marketing
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.1. Canales de Distribución

Los canales de distribución serán los siguientes:

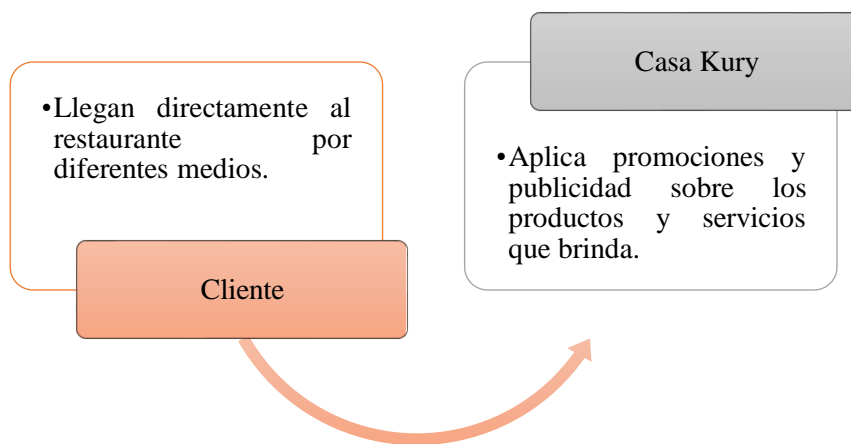


Ilustración 36 – 4: Canal de Distribución Directo.
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Dentro de los canales de distribución tenemos el directo, en base a las promociones y publicidad que realice Casa Kuri, se dará a conocer los productos y servicios que oferta este restaurante para que los clientes pueden llegar directamente a consumirlos; se resaltara la imagen presentada en varios medios para alcanzar un adecuado número de comensales.

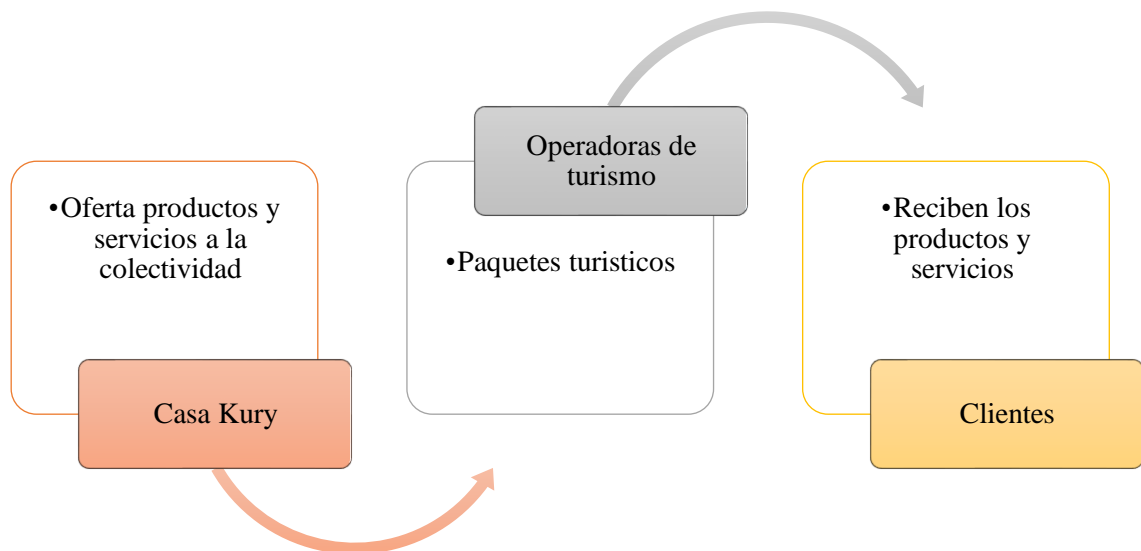


Ilustración 37 – 4: Canal de Distribución con Intermediario
 Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En lo referente al segundo canal de distribución por intermediario, se basará en convenios con operadoras de turismo quienes preparan sus paquetes turísticos, se incluye la alimentación en la ciudad de Riobamba esperando de que las personas que accedan a estos paquetes puedan dirigirse al restaurante y adquirir los productos convirtiéndose en un punto ideal de encuentro.

4.3.2 Cliente

Debido a que el cliente desempeña un papel muy importante dentro del presente proyecto, se estableció una imagen del restaurante Casa Kuri y sus colaboradores, con el fin de que los clientes, reconozcan con mayor facilidad el restaurante.



Ilustración 38 – 4: Canal de Distribución con Intermediario
 Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Casa Kury es un restaurante cuyos platillos principales son los tradicionales o típicos, en sus paredes se presenta la identidad cultural Puruha, es una experiencia no solo en sabor sino también visual.

Su ubicación es ideal pues es un punto de partida a varios lugares turísticos de la provincia, como el propio nevado Chimborazo, laguna de Colta y la iglesia Balvanera.

CASA KURY



Restaurante

"Casa Kury" es un restaurante que ofrece a su distinguida clientela platos típicos, asados y almuerzos hogareños, a los habitantes de la ciudad de Riobamba y los transeúntes por la zona de atención, elaborando los productos con higiene, productos de calidad y sabor adecuado en la vía a Guayaquil...



Ilustración 39 – 4: Perfil “Casa Kury”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.3 Uniformes

A continuación, se presenta el uniforme sugerido para el personal del restaurante Casa Kuri.



Ilustración 40 – 4: Uniformes del Restaurante “Casa Kuri”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.4.4 Comunicación

De acuerdo con las 4 C del marketing mix, en la comunicación se establecen los siguientes medios para dar a conocer a los clientes la oferta del restaurante Casa Kuri.

- Página de Facebook

Nombre de la página: “Casa Kuri”

La página de Facebook del negocio constará de una portada con la fotografía referencial del gorro de un chef con algunos utensilios, en la foto de perfil se podrá observar el logotipo o imagen institucional. La información principal tendrá: teléfonos, dirección horarios de atención. Los productos y servicios que oferta la empresa serán publicados en el muro periódicamente y compartidos al público, a través de imágenes y vídeos promocionales.

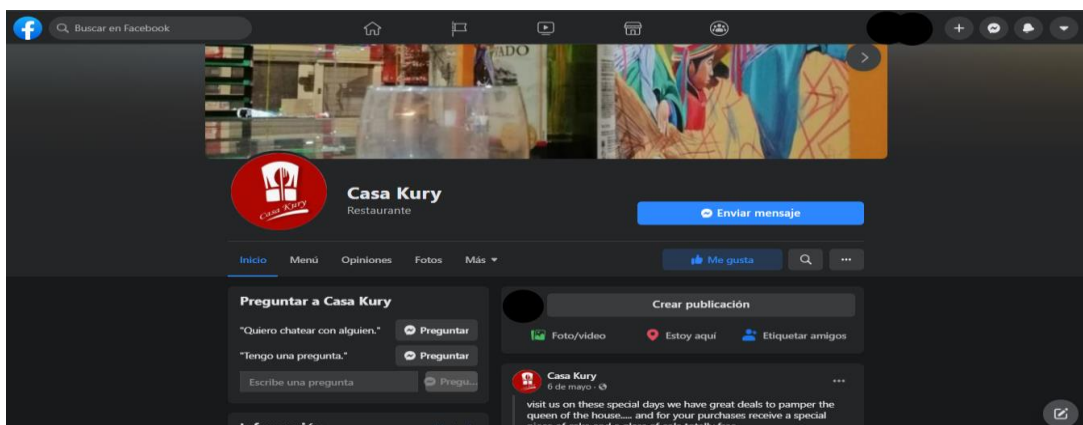


Ilustración 41-4: Perfil de Facebook
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Página Web

La página web del restaurante Casa Kuri, constará de una portada en la cual se encuentra los diferentes platos que se ofrecen a los clientes, entre ellos está: Inicio, menús, pedidos, etc., la información principal posee números de teléfonos para pedidos, dirección, horarios de atención. Dicha página web será actualizada periódicamente y compartida al público en general con imágenes y vídeos promocionales.



Ilustración 42 – 4: Portada de la Página Web “Casa Kuri”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Instagram

En Instagram podrás saber más acerca del restaurante Casa Kuri, podrás saber cada uno de los platos típicos tradicionales de la localidad y podrás realizar cualquier pedido con una simple llamada.

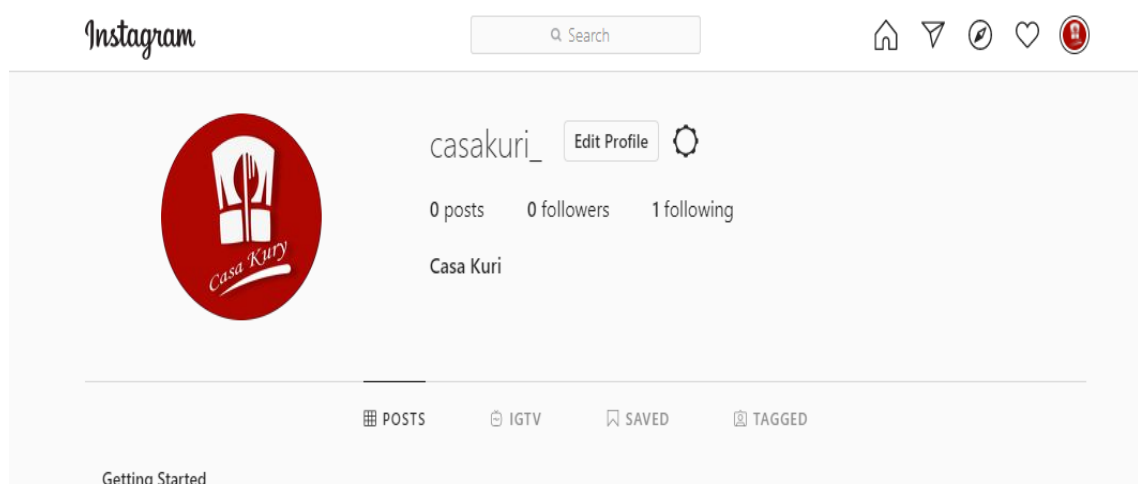


Ilustración 43 – 4: Perfil de Instagram del Inclusive “Casa Kuri”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.4 Logotipo

- Imagen Institucional






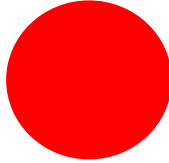
Ilustración 44 – 4: Logotipo
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Descripción del logotipo

El logotipo representa el restaurante Casa Kuri, un lugar encantador el cual le ofrece una variedad de platos típicos de la localidad, nuestro slogan es sabor y tradición, porque ofrecemos un exquisito sabor complementado con los platos tradicionales del cantón Riobamba.

Tabla 4- 32: Descripción de los Elementos del Logotipo

ELEMENTOS	PARTES	ÍCONO	DESCRIPCIÓN
Casa Kuri			El nombre Casa Kuri asocia principalmente con los diferentes platos que se ofrece a los clientes. El propósito del logotipo es incluir a todas las personas, incluso a personas con discapacidad para el deleite y degustación de los diferentes platos
Slogan			El slogan sabor y tradición se enfoca en todas las personas que les encanta disfrutar de una variedad de platos típicos, el motivo del logotipo es transmitir a las personas una sensación inigualable, y puedan degustar todo tipo de comida

Juegos Mecánicos			Los utensilios que se encuentran en la Casa Kuri representan todo tipo de comida exquisita que se va a ofertar en el restaurante
Fondo			El punto rojo representa una manera de atraer al visitante, ya que indica que, si la comida fue muy exquisita, tenga cuidado de que la próxima vez será mucho mejor.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.5 Impresos comerciales

Se incluyen varios documentos necesarios para identificar el restaurante Casa Kury, se incluyen los siguientes:

- Hoja membretada

Según Alexa (2018) una hoja membretada o membrete, es una hoja de papel con la identidad visual de una empresa o negocio: logotipo, correo electrónico, página web, dirección, etc.

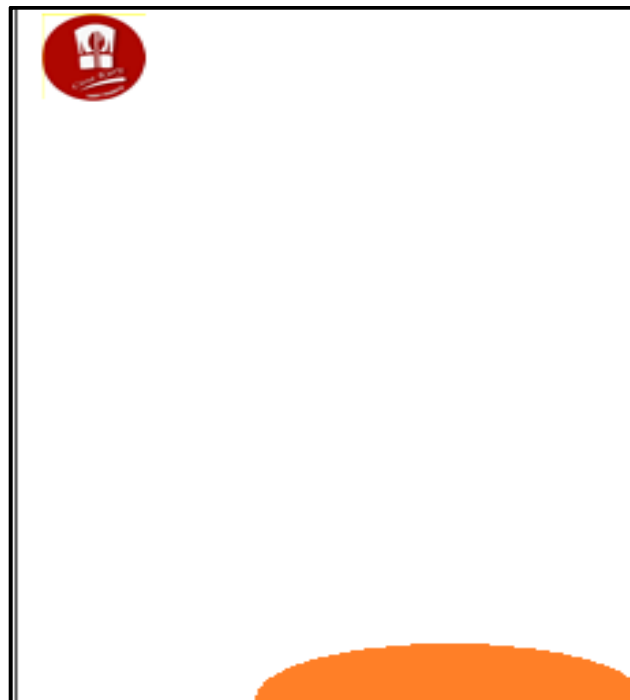


Ilustración 45 – 4: Perfil de la Hoja Membretada de “Casa Kuri”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Tarjeta de presentación



Ilustración 46-4: Tarjeta de Presentación de “Casa Kuri”
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Ilustración 47-4: Impresos Comerciales
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.6 Convenios con otras empresas

A fin de dar cumplimiento con los parámetros establecidos por las 4C del marketing, el restaurante Casa Kuri se encuentra en proceso de realizar convenios con empresas reconocidas de la ciudad de Riobamba con el fin de que las empresas unan fuerzas y se promocionen y así brindar servicios más diversos y completos.



- Es una empresa textil dedicada a la elaboración de prendas de vestir indígena.
- El convenio con la empresa es de otorgar cenas gratis en fechas importantes (San Valentín, día del padre día de la madre entre otros), a cambio ellos otorgan prendas de vestir acorde a la ocasión para así promocionar ambas empresas.
- realizar el 50% del descuento para eventos de Vispu así también ellos otorgan el 50% de descuento en la elaboración de los uniformes del personal de Casa Kuri.



- Este centro se dedica a realizar turismo comunitario el cual tiene el servicio de alimentación, alojamiento, guía.
- El convenio con el centro es realizar una cadena de servicio.
- otorgar bonificaciones por persona recomendada
- otorgar gratuidades cada 15 personas
- otorgar cupones de descuentos para los visitantes o comensales



- Es una organización de jóvenes que se dedica a organizar tours de campamentos en los lugares más destacados de la provincia de Chimborazo.
- Su actividad principal se enfoca en el ecoturismo y el medio ambiente, con un servicio personalizado y de calidad.
- el convenio con esta organización es de otorgar gratuidades e incentivos a los guías.

Ilustración 48 – 4: Alianzas con Compañías Relacionadas al Turismo.

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.3.7 Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento en el mercado del restaurante Casa Kuri será la de diferenciación de un servicio nuevo aún no conocido en la localidad de Riobamba, con una búsqueda de nichos de mercado, para asegurar la calidad en el servicio y su posicionamiento en utilizando estrategias como:

- **Ambiente y marca:** El restaurante Casa Kuri es un restaurante que se ha especializado recreando un típico dinner americano.
- **Oferta diferente:** El restaurante Casa Kuri hace remodela sus instalaciones dándole un enfoque cultural-turístico con el fin de ilustrar las actividades diarias del sector indígena además de caracterizar las diferentes vestimentas de las parroquias.

Así también incorpora en su menú platos típicos como:



Ilustración 49-4: Otros Platos
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Ilustración 50-4: Empanadas de Harina de Maíz
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- **Envío a domicilio:** Con el objetivo de dar un mejor servicio y acercarse a la población Riobambeña, Casa Kuri brinda el servicio de envío a domicilio por un adicional de dos dólares en el total del pedido, generando empleo a terceras personas con EncoBike, donde en su mayor los colaboradores son jóvenes estudiantes.
- Implementar menú de alimentos y/o carta de bebidas física en buen estado, o digital, que indique el precio final de cada producto incluido impuestos, para el consumidor y con idioma extranjero.

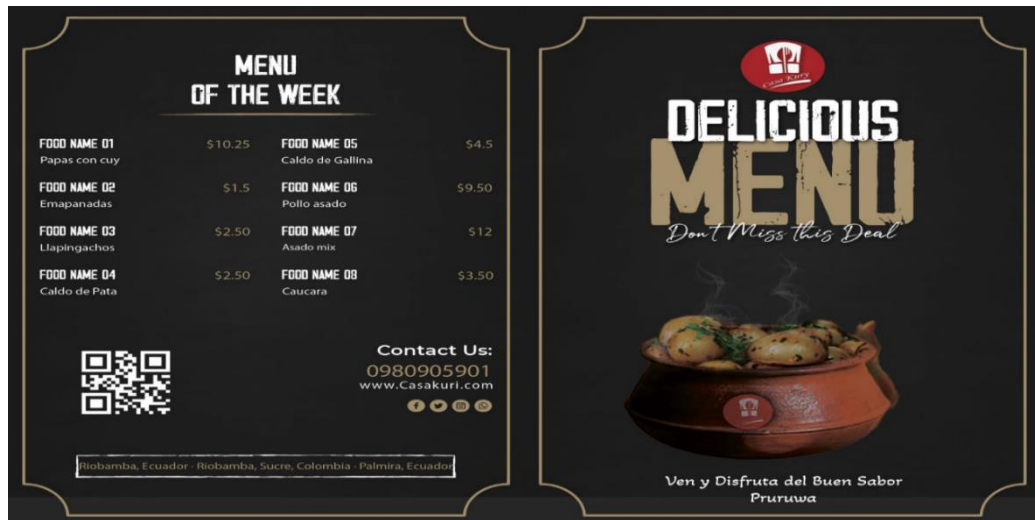


Ilustración 51-4: Carta de menú del restaurante Casa Kuri.
 Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Colocar los horarios de atención del establecimiento en un lugar visible al consumidor.



Ilustración 52-4: Horario de atención al cliente y proveedores
 Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Implementar mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias



Ilustración 53-4: Letrero de alimentos intolerantes
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento



Ilustración 54-4: Horario de Atención para Clientes y Proveedores
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

- Implementar un sistema computarizado de facturación

De acuerdo con la resolución No. NAC-DGERCGC 22-00000024 del Servicio de Rentas Internas estableció la obligatoriedad en la emisión de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, en la modalidad electrónica. (Servicio de Rentas Internas, 2021).



Ilustración 55-4: Facturación electrónica

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Al ejecutar el proyecto e implementar los puntos expuestos en la propuesta se cumplirá con los parámetros solicitados por el MINTUR para ser categorizado como restaurante turístico de un tenedor teniendo diversos beneficios:

- Publicidad gratuita por el MINTUR
- Invitación a ferias de turismo
- Reconocimiento capacitaciones y certificaciones gratuitas.

4.4. Estudio Económico y Financiero

4.4.1. Análisis económico

Para la realización de las proyecciones financieras se consideraron los siguientes supuestos:

- En lo referente a los activos fijos se aplicó la depreciación en línea recta con los porcentajes emitidos por el Servicio de Rentas Internas en los gastos deducibles.
- Se busca el financiamiento de BanEcuador crédito PYME general al 9.76%`.
- Los costos se realiza una proyección en base al consumo de materia prima.
- Los costos de producción fueron dados por el responsable de cocina.
- Los ingresos se estimó la cantidad anual con el crecimiento de consumo se ha dado un 1.5% que la tasa de crecimiento anual.

4.4.1.1 Inversión

La inversión está compuesta por los activos fijos que son adquiridos con la finalidad de cumplir con las actividades operativas del restaurante; también se incluyeron los valores de remuneraciones y gastos necesarios para mantener la operatividad de casa Kury.

Tabla 4- 33: Activos Fijos (Muebles y Enseres)

MUEBLES Y ENSERES			\$12.885,00
Dispensador de agua	2	\$150,00	\$300,00
Televisor	3	\$450,00	\$1.350,00
Extintor	3	\$25,00	\$75,00
Cafetera Hamilton Beach	1	\$150,00	\$150,00
Microonda Hamilton beacharea	1	\$150,00	\$150,00
Refrigeradora Samsung	1	\$950,00	\$950,00
Horno industrial	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Congelador TCL	1	\$850,00	\$850,00
Cocina industrial	1	\$1.250,00	\$1.250,00
Picadora de papas	1	\$50,00	\$50,00
Picadora de papas corempo	1	\$125,00	\$125,00
Nevera normal	1	\$800,00	\$800,00
Freidora de papa	1	\$850,00	\$850,00
Licuadaora	1	\$130,00	\$130,00
Balanza	1	\$120,00	\$120,00
Extractor de jugo	1	\$100,00	\$100,00
Extractor de jugo para naranja	1	\$250,00	\$250,00
Paila	1	\$150,00	\$150,00
Ollas	4	\$250,00	\$1.000,00
Batidora	1	\$150,00	\$150,00
Mesas	15	\$50,00	\$750,00
Sillas	60	\$30,00	\$1.800,00
Utensilios de cocina	1	\$500,00	\$500,00
Tostadora	1	\$35,00	\$35,00
Suministros de oficina			\$4.125,00
Silla giratoria	3	\$75,00	\$225,00
Escritorio	2	\$125,00	\$250,00
Silla de espera	100	\$25,00	\$2.500,00
Archivador Metálico de cuatro cajones	3	\$150,00	\$450,00
Recepción	1	\$400,00	\$400,00
Vitrinas	2	\$150,00	\$300,00
Equipo de Computo			\$2.590,00
Computadora de escritorio	3	\$650,00	\$1.950,00

MUEBLES Y ENSERES			\$12.885,00
Impresora matricial EPSON	1	\$240,00	\$240,00
Impresoras EPSON multifunciones	1	\$400,00	\$400,00

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Los activos fijos están compuestos por un terreno y edificación donde se incluyen un local de dos pisos para la atención a los clientes, también se cuenta muebles de enseres que están incluidos: sillas, mesas y demás muebles necesarios para mantener las operaciones del restaurante; en lo referente, a la maquinaria y equipos bienes propios de la cocina como refrigeradores, congeladores, destinados a generar productos de alta calidad. Mientras que los equipos de cómputo están compuestos de computadoras, impresoras necesarias para los registros del mantenimiento de la actividad administrativa. Cómo se puede observar todos los activos se han considerado en base a la dimensión física del local y la capacidad productiva del mismo

Tabla 4- 34: Inversión

INVERSIÓN		
ACTIVOS FIJOS		\$146.503,23
Terreno	\$38.818,23	
Edificaciones y construcciones	\$88.085,00	
Equipo de computo	\$2.590,00	
Muebles y Enseres	\$12.885,00	
Suministros de oficina	\$4.125,00	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$2.700,00
Instalación	\$1.200,00	
Patentes y permisos	\$700,00	
Gastos constitución	\$800,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$45.020,82
Sueldos y Salarios	\$40.560,82	
Promoción y Publicidad	\$1.000,00	
Servicios Básicos	\$2.460,00	
Contingencias	\$1.000,00	
TOTAL		\$194.224,05

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.2 Sueldos y salarios

Tabla 4- 35: Remuneración del Personal del Restaurante “Casa Kuri”

Talento Humano	N.-	Sueldo Básico	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte Personal 9,45%	Mensual	Aporte Patronal 11,15%	Gasto Anual
Administrador	1	\$700,00	\$58,33	\$37,50	\$66,15	\$729,68	\$78,05	\$9.692,80
Chef	1	\$500,00	\$41,67	\$37,50	\$47,25	\$452,75	\$55,75	\$6.102,00
Cocinero	1	\$480,00	\$40,00	\$37,50	\$45,36	\$434,64	\$53,52	\$5.857,92
Mesero	2	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$42,53	\$407,48	\$50,18	\$6.093,90
Cajero/a	1	\$600,00	\$50,00	\$37,50	\$56,70	\$543,30	\$66,90	\$7.322,40
Ayudante de cocina	1	\$450,00	\$37,50	\$37,50	\$42,53	\$407,48	\$50,18	\$5.491,80
TOTAL	7	3180,00	265,00	225,00	300,51	2975,32	354,57	40560,82

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.3 Servicios básicos

Tabla 4- 36: Servicios Básicos Utilizados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	240,00	243,60	247,25	250,96	254,73
Luz	420,00	426,30	432,69	439,18	445,77
Agua	240,00	243,60	247,25	250,96	254,73
Internet Netlife	360,00	365,40	370,88	376,44	382,09
Insumos de oficina	1200,00	1218,00	1236,27	1254,81	1273,64
Total	2460,00	2496,90	2534,35	2572,37	2610,95

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Los gastos básicos están conformados por los servicios: telefónicos, eléctrico y agua potable principalmente generando un valor de pago mensual, también se establece la contratación del servicio de internet en este rubro, los insumos de oficina se estima un valor para el mes y los gastos que se implementarán por las estrategias.

4.4.1.4 Fuentes de financiamiento

Tabla 4- 37: Fuentes de Financiamiento

	USO	RECURSOS PROPIOS	PRÉSTAMO
ACTIVOS FIJOS	\$144.403,23	\$109.417,02	\$34.986,21
Terreno	\$38.818,23	\$30.278,22	\$8.540,01
Edificaciones y construcciones	\$88.085,00	\$68.706,30	\$19.378,70
Equipo de computo	\$2.590,00	\$2.020,20	\$569,80
Muebles y Enseres	\$10.785,00	\$8.412,30	\$2.372,70
Suministros de oficina	\$4.125,00	\$0,00	\$4.125,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$2.700,00	\$1.200,00	\$1.500,00
Instalación	\$1.200,00	0	\$1.200,00
Patentes y permisos	\$700,00	\$600,00	\$100,00
Gastos constitución	\$800,00	\$600,00	\$200,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$45.020,82	\$33.556,24	\$11.464,58
Sueldos y Salarios	\$40.560,82	\$31.637,44	\$8.923,38
Promoción y Publicidad	\$1.000,00	0	\$1.000,00
Servicios Básicos	\$2.460,00	\$1.918,80	\$541,20
Contingencias	\$1.000,00	0	\$1.000,00
TOTAL	\$192.124,05	\$144.173,26	\$47.950,79

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 38: Fuentes de Financiamiento %

Fuente de Financiamiento		
% propio	% financiado	Total
75%	25%	100,00%

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023

Para el financiamiento del proyecto se consideró realizar un crédito PYME general al 9.76%, en BanEcuador y el tiempo estimado para la cancelación total del crédito es de 5 años, que se otorgan a las pequeñas y medianas empresas para el cálculo de la tabla de amortización se utilizó el método saldos insolutos.

Tabla 4- 39: Tabla de Amortización de Crédito en BanEcuador

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Capital 47950,79		Interés 9,76%		Tiempo 5 años	
Periodos	Capital	Cuota Fija	Interés	Cuota De Pago	Saldo
0					47950,79
1	38360,63	9590,16	4680,00	14270,16	38360,63
2	28770,47	9590,16	3744,00	13334,16	28770,47
3	19180,32	9590,16	2808,00	12398,16	19180,32
4	9590,16	9590,16	1872,00	11462,16	9590,16
5	0,00	9590,16	936,00	10526,16	0,00
		47950,79	14039,99	61990,78	61990,78

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.5 Depreciación de activos fijos

Tabla 4- 40: Depreciación de Activos Fijos

Denominación	Valor del bien	Valor Depreciación por ley (años)	Depreciación Anual	Depreciación del Proyecto	Valor del Salvamento
Edificaciones y construcciones	\$88.085,00	20	\$ 4.404,25	\$22.021,25	\$66.063,75
Equipo de computo	\$2.590,00	3	\$ 854,70	\$4.273,50	\$0,00
Muebles y Enseres	\$10.785,00	10	\$ 1.078,50	\$5.392,50	\$5.392,50
TOTAL	\$101.460,00		\$ 6.337,45	\$ 31.687,25	\$ 71.456,25

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

Tabla 4- 41: Depreciación Acumulada

Depreciación acumulada	1	2	3	4	5
	\$6.337,45	\$12.674,90	\$19.012,35	\$25.349,80	\$31.687,25

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.6 Depreciación de activos diferidos

Tabla 4- 42: Depreciación de Activos Diferidos

Denominación	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Instalación, Publicidad	\$3.200,00	\$640,00	\$640,00	\$640,00	\$640,00	\$640,00
Patentes y permisos	\$700,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00	\$140,00
Gastos constitución	\$800,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00	\$160,00
Total	\$4.700,00	\$940,00	\$940,00	\$940,00	\$940,00	\$940,00

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.7 Ingresos

Tabla 4- 43: Proyección de Ingresos

Denominación	AÑO				
	1	2	3	4	5
Yahuarlocro	6594	6793	7103	7539	8122
Precio	\$4,00	\$4,20	\$4,41	\$4,63	\$4,86
Subtotal	\$26.375,55	\$28.531,38	\$31.326,38	\$34.911,12	\$39.489,65
Asados (Pollo entero)	5495	5661	5920	6283	6768
Precio	\$8,99	\$9,44	\$9,91	\$10,41	\$10,93
Subtotal	\$49.399,20	\$53.436,91	\$58.671,71	\$65.385,61	\$73.960,82
Almuerzo caseros	4396	4529	4736	5026	5415
Precio	\$2,75	\$2,89	\$3,03	\$3,18	\$3,34
Subtotal	\$12.088,79	\$13.076,88	\$14.357,93	\$16.000,93	\$18.099,42
Yapingacho	3297	3397	3552	3770	4061
Precio	\$4,50	\$4,73	\$4,96	\$5,21	\$5,47
Subtotal	\$14.836,24	\$16.048,90	\$17.621,09	\$19.637,50	\$22.212,93
Comida rápida + bebida incluida)	2198	2264	2368	2513	2707
Precio	\$3,50	\$3,68	\$3,86	\$4,05	\$4,25
Subtotal	\$7.692,87	\$8.321,65	\$9.136,86	\$10.182,41	\$11.517,81
Total	\$110.392,65	\$119.415,73	\$131.113,97	\$146.117,57	\$165.280,63

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.8 Estructura de costos y gastos

Tabla 4- 44: Estructura de Costos y Gastos

Denominación	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	\$49.045,62	\$50.424,04	\$51.841,19	\$53.298,18	\$54.796,11
Mano de obra directa	\$23.545,62	\$24.207,36	\$24.887,71	\$25.587,17	\$26.306,29
Materiales e insumos	\$23.700,00	\$24.366,08	\$25.050,89	\$25.754,94	\$26.478,77
Otros	\$1.800,00	\$1.850,59	\$1.902,60	\$1.956,07	\$2.011,05
Gastos administrativos	\$50.058,27	\$51.465,15	\$52.911,56	\$54.398,63	\$55.927,49
Sueldos y salarios	\$40.560,82	\$41.700,77	\$42.872,76	\$44.077,69	\$45.316,49
Permisos de funcionamiento	\$700,00	\$719,67	\$739,90	\$760,69	\$782,07
Otros	\$2.460,00	\$2.529,14	\$2.600,22	\$2.673,30	\$2.748,43
Depreciaciones	\$6.337,45	\$6.515,56	\$6.698,68	\$6.886,95	\$7.080,50
Gastos comerciales	\$4.000,00	\$4.112,42	\$4.228,00	\$4.346,82	\$4.468,99
Promoción y publicidad	\$3.200,00	\$3.289,94	\$3.382,40	\$3.477,46	\$3.575,19
Otros	\$800,00	\$822,48	\$845,60	\$869,36	\$893,80
Gastos financieros	\$4.680,00	\$3.744,00	\$2.808,00	\$1.872,00	\$936,00

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.9 Estado de resultados

Tabla 4- 45: Estados de Resultados del Primer al Tercer Año

RESTAURANTE CASA KURI S.A		
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS		
PRESUPUESTADO AÑO 1		
INGRESOS		
VENTAS		110392,65
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	49045,62	
UTILIDAD BRUTA		61347,03
GASTOS OPERATIVOS		
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	50058,27	11288,76
(-) GASTOS VENTAS	4000,00	7288,76
(-) GASTOS FINANCIEROS	4680,00	2608,76
UTILIDAD OPERACIONAL		2608,76
(-) 15% UTILIDAD TRABAJADORES		391,31
(=) 22 % IMPUESTO A LA RENTA		573,93
UTILIDAD NETA		1643,52

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.1.10 Flujo de caja

Tabla 4- 46: Flujo de Caja

FLUJO NETO DE EFECTIVO OPERACIONAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	1643,52	6092,18	12174,89	20287,22	30965,78
DEPRECIACION	6337,45	6515,56	6698,68	6886,95	7080,50
AMORTIZACION	800,00	840,00	882,00	926,10	972,41
15% DE PARTICIPACION TRABAJADORES	391,31	1450,52	2898,78	4830,29	7372,80
22% IMPUESTO A LA RENTA	573,93	2127,43	4251,55	7084,43	10813,45
(-) CAPITAL DEL PRESTAMO	-38360,63	-28770,47	-19180,32	-9590,16	
VALOR RESIDUAL ULTIMO AÑO					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-28614,42	-11744,78	7725,58	30424,82	57204,94

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.2. Análisis financiero

4.4.2.1. VAN

Tabla 4- 47: VAN

AÑOS	VAN 1
0	-192124,05
1	-28614,42
2	-11744,78
3	7725,58
4	30424,82
5	57204,94
	87629,76

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

4.4.2.2 TIR

Tabla 4- 48: TIR

AÑOS	VAN 1	VAN 2
0	-192124,05	
1	-28614,42	-220738,47
2	-11744,78	-40359,20
3	7725,58	-4019,20
4	30424,82	38150,41
5	57204,94	87629,76
	87629,76	390897,03

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

$$TIR = 0,18 + ((0,24 - 0,18) * VAN!B21 / (VAN!B21 - VAN!C21))$$

$$TIR = 0,22 + (0,28 - 0,22) * 87629,76 / (87629,76 - 390897,03)$$

$$TIR = 16\%$$

La tasa interna de retorno para el presente proyecto es del 24%

Relación Beneficio/Costo

R=B/C	Ingresos/Egresos (Costos-Gastos)
R=B/C	1,77

4.4.3. *Periodo de recuperación*

Tabla 4- 49: Periodo de Recuperación

AÑOS	VAN 1	PRI
0	-192124,05	0
1	-28614,42	-220738,47
2	-11744,78	-40359,20
3	7725,58	-4019,20
4	30424,82	38150,41
5	57204,94	87629,76
	87629,76	

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

En lo referente al análisis del riesgo el VAN llegaría a \$87629,76 dólares, con una tasa interna de retorno de 16%, se estima recuperar la inversión inicial al cuarto año, la relación beneficio costo es de \$1,77 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido se tiene una recuperación de \$0,77 dólares.

Tabla 4- 50: Resumen Financiero

RESUMEN FINANCIERO DEL MODELO DE NEGOCIO - RESTAURANTE CASA KURI		
Período de recuperación	4	Años
Relación beneficio costo	\$1,77	\$0,77 De Ganancia Por Cada Dólar Invertido
VAN	\$87.629,76	Positivo
TIR	16%	Retorno De Ganancia Del Proyecto

Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.

CONCLUSIONES

En el Diagnóstico Situacional se establece que existe una alta factibilidad para la ejecución de este proyecto en el Cantón Riobamba, Sector La Media Luna, debido a que la zona es de afluencia vial y peatonal, el cual es favorable la implementación de un restaurante temático, sin embargo, no posee un plan de marketing y se pudo observar que el restaurante no cuenta con una organización legal ni una categorización.

Mediante el desarrollo de estudio de la estructura administrativa, técnica y de procesos se elaboró el manual de calidad el cual es un requisito indispensable para la categorización por el ministerio de turismo, también se pudo observar que el personal del restaurante no tenía claro las funciones de cada uno y no se socializaban con los manuales de procesos de atención al cliente, en la ejecución de la encuesta se determinó que el 95% de la población visitarían el restaurante.

Por medio de la evaluación económica financiera del proyecto, se pudo mencionar que los resultados son favorables con un VAN positivo, un TIR del 16 % recuperación del capital al 4to año y una relación costo beneficio de \$1,77, ganando \$ 0,77 ctvs, por cada dólar que se invierta, lo cual demuestra que el proyecto es económicamente rentable, así también otro punto positivo es que el 75% es capital propio ya invertido y que podemos alcanzar el 86% de nuestra demanda objetiva.

RECOMENDACIONES

Se debe aprovechar las condiciones que tiene el sector en el cual está ubicado el restaurante y se requiere la legalización y categorización del restaurante por el ministerio de turismo, es indispensable también que se apliquen las estrategias de difusión y comercialización, con el fin de brindar un mejor servicio.

Se recomienda realizar actualizaciones anuales de los manuales de calidad y actualizaciones de procesos acorde a las tendencias mundiales. Además de socializar los manuales y capacitar al personal por lo menos trimestralmente, también se solicita aplicar encuestas de satisfacción al cliente para medir la calidad del servicio que se oferta y en base a ello planificar acciones de mejora continua que se apliquen en el servicio.

Se recomienda ejecutar el proyecto y mantener una administración adecuada y ordenada del análisis económico-financiero del negocio, con la finalidad de que represente una gran viabilidad financiera, y de esa manera el restaurante sea consolidada y reconocida, además, mantener el control adecuado del estado de cuenta financiero actualizado del negocio, mismo que permitirá conocer los ingresos y egresos del restaurante para incrementar su productividad.

GLOSARIO

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos

INPC: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

GADM: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba

SENPLADES: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

PDOT: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

BIBLOGRAFIA

ASAMBLEA CONSTITUYENTE. *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.* Montecristi, Manabí, Ecuador. 2008. p. 90 [Consulta: el 23 de Febrero de 2022].

ASAMBLEA CONSTITUYENTE. *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.* Montecristi, Manabí, Ecuador. 2008. [Consulta: 23 de Febrero de 2022].

CALVO, Mar. 2018. *Embursecaptio. Què es la contabilidad de Gastos e Ingresos..* [En línea] 25 de Abril de 2018. [Consulta: 20 de Noviembre de 2021.] Disponible en: <https://www.captio.net/blog/que-es-la-contabilidad-de-gastos-e-ingresos>.

CAMACHO BUSTAMANTE, Luis Carlos. Plan de negocio para la creación de una residencia temporal en el norte de la ciudad. (Proyecto de Investigación) (Tesis). [En línea], Universidad de Guayaquil , Guayaquil, Guayas, Ecuador : 2019, p. 19. [Consulta: 23 de diciembre de 2022] Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/55920/1/Camacho%20Bustamante%20Luis%20Carlos.pdf>

CEPAL. “*Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2021: dinámica laboral y políticas de empleo para una recuperación sostenible e inclusiva más allá de la crisis del COVID-19*”. Estudio Económico de América Latina y el Caribe, [En línea] 2021, p. 8. [Consulta: 11 de Enero de 2023]. Disponible en: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47192/68/EE2021_Ecuador_es.pdf

CLAVIJO, Camilo. 2020. *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos.* Hubspot. [blog] 2020. [Consulta: 20 de Noviembre de 2021.] Disponible en: <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>.

CLAVIJO, Camilo. 2020. *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos.* Hubspot. [blog] 2020. [Consulta: 20 de Noviembre de 2021.] Disponible en: <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>.

CÓRDOBA ADAYA, Diana; et al. “Relación del estilo de vida y estado de nutrición en estudiantes universitarios: estudio descriptivo de corte transversal”. *Revista Medica Revisada Por Pares* [En línea] 2020, p. 247. Disponible en: doi: 10.5867/medwave.2013.11.5864

CÓRDOBA ADAYA, Diana; et al. “Relación del estilo de vida y estado de nutrición en estudiantes universitarios: estudio descriptivo de corte transversal”. *Revista Medica Revisada Por Pares* [En línea] 2020, p. 247. Disponible en: doi: 10.5867/medwave.2013.11.5864

ESCOBAR, Martín. 2021. Turismo. *Concepto*. [blog] Equipo Editorial Etecè, 05 de Agosto de 2021. [Consulta: 23 de Marzo de 2023.] Disponible en: <https://concepto.de/turismo/>.

FLEITMAN, Jack. *Commo elaborar un Plan de Negocios*. . [En línea] 2017. p. 1.[Consulta: 15 de Febrero de 2023]. Disponible en: https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

FLEITMAN, Jack. *Commo elaborar un Plan de Negocios*. . [En línea] 2017. p. 17.[Consulta: 15 de Febrero de 2023]. Disponible en: https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

FLEITMAN, Jack. *Commo elaborar un Plan de Negocios*. . [En línea] 2017. p. 40.[Consulta: 16 de Febrero de 2023]. Disponible en: https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

FLEITMAN, Jack. *Commo elaborar un Plan de Negocios*. . [En línea] 2017. p. 25.[Consulta: 16 de Febrero de 2023]. Disponible en: https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portaIIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

GADM-Riobamba. 2020. *Gastrnomìa Riobambeña*. [blog] Riobamba, Chimborazo, Ecuador, 19 de Julio de 2020. [Consulta: 15 de Agosto de 2022.] Disponible en: <https://riobamba.com.ec/es-es/chimborazo/riobamba/rutas-gastronomicas/gastronomia-riobambena-ai538tb5c>.

GAD-Municipal Riobamba. *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. [En línea] Riobamba, Chimborazo, Ecuador, 26 de Octubre de 2020. [Consulta: 12 de Noviembre de 2022] Disponible en: <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/ordenamiento-territorial/plan-pdyot-2020-2030>

GAD-Municipal Riobamba. *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL.* [En línea] Riobamba, Chimborazo, Ecuador, 26 de Octubre de 2020. p. 10, [Consulta: 12 de Noviembre de 2022.] Disponible en: <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/ordenamiento-territorial/plan-pdyot-2020-2030>

GASCÒ, Tamara. 2019. VAN. *Numdea.* [blog] 1 de Octubre de 2019. [Consulta: 5 de Enero de 2023] Disponible en: <https://numdea.com/van.html>.

HUILCAPI, Sandra; & GALLEGOS, Doris. “Importancia del diagnóstico situacional de la empresa”. *Revista Espacios* [En línea], 2020, (España), 41(40), p. 11. [Consulta: 20 de Marzo de 2023] ISSN: 0798-1015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>

HUILCAPI, Sandra; & GALLEGOS, Doris. “Importancia del diagnóstico situacional de la empresa”. *Revista Espacios* [En línea], 2020, (España), 41(40), p. 11. [Consulta: 20 de Marzo de 2023] ISSN: 0798-1015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>

HUILCAPI, Sandra; & GALLEGOS, Doris. “Importancia del diagnóstico situacional de la empresa”. *Revista Espacios* [En línea], 2020, (España), 41(40), p. 12. [Consulta: 20 de Marzo de 2023] ISSN: 0798-1015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>

HUILCAPI, Sandra; & GALLEGOS, Doris. “Importancia del diagnóstico situacional de la empresa”. *Revista Espacios* [En línea], 2020, (España), 41(40), p. 12. [Consulta: 20 de Marzo de 2023] ISSN: 0798-1015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>

INEC. *FASCÍCULO PROVINCIAL CHIMBORAZO-rESUTADOS DEL CENSO* [En línea] Riobamba, Chimborazo, Ecuador. p. 4. 2010. [Consulta: 09 de Mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>

INEC. *FASCÍCULO PROVINCIAL CHIMBORAZO-rESUTADOS DEL CENSO* [En línea] Riobamba, Chimborazo, Ecuador. p. 15. 2019. [Consulta: 19 de Octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>

INEC. *FASCÍCULO PROVINCIAL CHIMBORAZO-RESULTADOS DEL CENSO* [En línea] Riobamba, Chimborazo, Ecuador. p. 35. 2019. [Consulta: 19 de Octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>

MANCERO CABALLERO, Stefanny Yajaira. Plan de Negocios para Illari Hotel, Parroquia Lizarzaburu, en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo. (Trabajo de Titulación) (Tesis). [En línea] Escuela Superior Politecnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, Riobamba, Chimborazo, Ecuador : 2020. [Consulta: 12 de julio de 2022]. Disponible en: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/14153/1/23T00779.pdf>

MESQUITA, Renato. *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias.* rockcontent. [blog] 23 de Julio de 2018, s.n. Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>.

MINTUR. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. [En línea]: LEXIS FINDER, 2018. [Consulta: 27 de Marzo de 2023]. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

MINTUR. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. [En línea]: LEXIS FINDER, 2018, p. 05. [Consulta: 27 de Marzo de 2023]. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

MINTUR. Sector Turístico Ecuador: alojamiento y Servicios de Comida. [En línea]: *Panorama General*, 2020. 20, p. 01. [Consulta: 12 de Enero de 2023]. Disponible en: https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/diagnosticos/Diagnostico_N15.pdf

MINTUR. Sector Turístico Ecuador: alojamiento y Servicios de Comida. [En línea]: *Panorama General*, 2020. 20, p. 15. [Consulta: 12 de Enero de 2023]. Disponible en: https://fca.uta.edu.ec/v4.0/images/OBSERVATORIO/diagnosticos/Diagnostico_N15.pdf

MIÑARRO, Marta. Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso. *INB-UNDCYCLE*. [blog] 2011. [Consulta: 1 de Marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>.

MIÑARRO, Marta. Plan de marketing: qué es y cómo hacer uno paso a paso. *INB-UNDCYCLE*. [blog] 2011. [Consulta: 1 de Marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-un-plan-de-marketing-y-como-hacer-uno>.

MURCIA. Grupo Graphic. *Que son las Vallas Publicitarias*. [En línea] 2011. Disponible en: <https://grupographic.com/que-es-valla-una-publicitaria/>.

PAREDES REYES, Juan Sebastian. Plan de Negocios para la creación de un Restaurante Temático de la Flora y Fauna Ecuatoriana en la Ciudad de Quito y el Posible Impacto de este Negocio en el Turismo del Ecuador. [En línea] (Trabajo de titulación) (Tesis) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Quito, Pichincha, Ecuador; Mayo de 2015. [Consulta: 15 de Mayo de 2021]. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8960/Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PRADO POZO, Carla Paulina. Registro de las tradiciones culinarias del cantón Riobamba, como patrimonio cultural inmaterial. [En línea] (Trabajo de titulación) (Tesis) Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía, Riobamba, Chimborazo, Ecuador: 2016. [Consulta: 26 de Diciembre de 2022]. Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/10120>

RAMÍREZ, Pedro. Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos. *Economía*. [En Línea] 2022. [Consulta: 26 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>.

RAMÍREZ, Pedro. Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos. *Economía*. [En Línea] 2022, p. 59. [Consulta: 26 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>.

RAMÍREZ, Pedro. Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos. *Economía*. [En Línea] 2022, p. 59. [Consulta: 26 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>.

RAMÍREZ, Pedro. Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos. *Economía*. [En Línea] 2022, p. 60. [Consulta: 26 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>.

RAMÍREZ, Pedro. Van y TIR: Concepto, diferencias y cómo calcularlos. *Economía*. [En línea] 2022, p. 60. [Consulta: 26 de Septiembre de 2022]. Disponible en: <https://economia3.com/van-tir-concepto-diferencias-como-calcularlos/>.

RAMOS OYOLA, Naylamp Paola; & NERI AYALA, Abrahan Cesar. “Las 4 ces del marketing y su relación con el posicionamiento de marca”. *TELOS*, [En línea]. 2022. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, 24(2), p. 386. Disponible en: [doi:https://doi.org/10.36390/telos242.11](https://doi.org/10.36390/telos242.11)

SALAZAR DUQUE, Diego; et al. “Gestión administrativa en establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ronda del centro histórico de la ciudad de Quito (Ecuador)”, *REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO – RIAT* [En línea]. 2018. 14(1). [Consulta: 24 de Noviembre de 2022]. Disponible en: <https://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/410>

SALAZAR DUQUE, Diego; et al. “Gestión administrativa en establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ronda del centro histórico de la ciudad de Quito (Ecuador)”, *REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO – RIAT* [En línea]. 2018. 14(1). [Consulta: 24 de Noviembre de 2022]. Disponible en: <https://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/410>

SALAZAR DUQUE, Diego; et al. “Gestión administrativa en establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ronda del centro histórico de la ciudad de Quito (Ecuador)”, *REVISTA INTERAMERICANA DE AMBIENTE Y TURISMO – RIAT* [En línea]. 2018. 14(1). [Consulta: 24 de Noviembre de 2022]. Disponible en: <https://riat.atalca.cl/index.php/test/article/view/410>

SÀNCHEZ QUEZADA, Tatiana; & LEÒN SERRANO, Lady. “Política Econòmica en la Gestìon Empresarial”. *Coleccìon REDES UTMACH*, [En línea]. 2018 (Machala - Ecuador): p. 48. [Consulta: 3 de Mayo 2023]. Disponible en; ISBN: 978-9942-24-089-7.

SÀNCHEZ QUEZADA, Tatiana; & LEÒN SERRANO, Lady. “Política Econòmica en la Gestìon Empresarial”. *Coleccìon REDES UTMACH*, [En línea]. 2018 (Machala - Ecuador): p. 49. [Consulta: 3 de Mayo 2023]. Disponible en; ISBN: 978-9942-24-089-7.

SÀNCHEZ QUEZADA, Tatiana; & LEÒN SERRANO, Lady. “Política Econòmica en la Gestió Empresarial”. *Colecció REDES UTMACH*, [En línea]. 2018 (Machala - Ecuador): p. 49. [Consulta: 3 de Mayo 2023]. Disponible en; ISBN: 978-9942-24-089-7.

SÀNCHEZ QUEZADA, Tatiana; & LEÒN SERRANO, Lady. “Política Econòmica en la Gestió Empresarial”. *Colecció REDES UTMACH*, [En línea]. 2018 (Machala - Ecuador): p. 49. [Consulta: 3 de Mayo 2023]. Disponible en; ISBN: 978-9942-24-089-7.

TORRES NAVARRO , Carlos Alfonso; & CALLEGARRI MALTA, Nelson. Criterios para cuantificar costos y beneficios en proyectos de mejora de calidad. Ingeniería Industrial. *Sistema de Información Científica Redalyc* [Enlínea] 2016, 37(2), pp. 151-163. [Consulta: 02 de Febrero de 2022]. ISSN: 0258-5960. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360446197005>

VELAYOS MORALES, Victor. *Valor Actual Neto (VAN)*, Economipedia, [blog]. 2020. [Consulta: 12 de Diciembre de 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE TURISMO**



Esta encuesta se realiza con el objetivo de recopilar información de conocer los gustos y preferencias del consumidor para identificar la viabilidad de un plan de negocios para el restaurante “Casa Kuri” ubicado en la panamericana sur E-35 k 4 1- /2, responda con sinceridad. ¡Gracias!


1. Género
 Masculino Femenino
2. Edad _____
3. ¿Cuántas veces al mes frecuentas un restaurante distinto a donde se ofertan menús o almuerzo diarios?
 Ninguna 1-2 veces 3 a 5 veces Más de 5
4. ¿Habitualmente con cuántas personas acude al restaurante o establecimiento de comidas de su preferencia?
 Solo 1 a 2 personas 3 a 5 personas Más de 5 personas
5. ¿Cuánto es la cantidad promedio que gasta por persona en cada ocasión que visita su restaurante de preferencia?
 2 a 4 dólares 5 a 6 dólares 6 a 8 dólares Más de 8 dólares
6. ¿De acuerdo a su criterio de los siguientes indicadores ofertados por un restaurante indique ¿Cuál es el nivel de importancia de cada uno? Señale con una x.

Indicadores	1 Sin importancia	2 De poca importancia	3 moderadamente importante	4 importante	5 Muy importante
Gestión					
Accesibilidad: Separación de los S.S.H.H, separación de sillas y mesas.					
Infraestructura: Limpieza					

Decoración Asientos confortables Climatización					
Promoción: Información actualizada Accesible					
Producto: Variedad Ingredientes confiables Rapidez del servicio Sabor					

7. ¿Conoce el restaurante Casa Kuri ubicado en la panamericana sur E-35 Km 1/ 2?
- Si No
8. ¿Estaría usted dispuesto en visitar y consumir en el restaurante temático “Casa Kuri”, establecimiento que oferta diversidad de platillos basadas en la identidad cultural de los pueblos de Chimborazo y que el mismo este calificado por el ministerio de turismo?
- Si No
9. ¿Por lo general en una visita al restaurante de su preferencia que platillos tradicionales ha adquirido o desearía degustar? (Puede elegir más de uno)
- Entradas Sopas Ceviches
- Platos fuertes Menú niño Postre
- Gaseosas Jugos Cafés
- Té Platos típicos
10. Del menú que se presenta a continuación ¿Cuáles le gustaría que se oferten en el restaurante Casa Kuri? (Puede elegir más de uno)
- Pollo asado Carne asada Chuleta asada Menestras
- Hamburguesa Alitas BBQ Guatita Sopa de mariscos
- Gourmet Filete de pescado Llapingacho Papi pollo
11. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar para la preparación de un platillo de su preferencia?
- Hasta 5 minutos Hasta 10 minutos de 10 a 20 minutos Otro-----

ANEXO B: MATRIZ DE CONTROL – ALIMENTOS Y BEBIDAS

 República del Ecuador		MATRIZ DE CONTROL - ALIMENTOS Y BEBIDAS RESTAURANTE		Ministerio de Turismo
Nombre Técnico Zonal:		Fecha Inspección:		
		Día:20	Mes:11	Año:2022
1.- DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO				
Nombre Comercial:	Kurimarket	Número de Registro:		
RUC:	060481125001	Fecha de Registro	25/08/2018	
Actividad	Venta de comidas y bebidas en restaurantes, incluso para llevar.	Tipo de Trámite:		
Clasificación:	58	Categoría:	No entra al puntaje mínimo de categorización	
Tipo de Establecimiento:	Restaurante	Propietario:	Bejarano Guaman Denis Carolina	
Nombre de la Cadena o franquicia:	Casa Kuri	Representate Legal:	Curichumbi Palta Daniel	
Local:	Propio	Teléfono secundario:	0980905901	
Teléfono principal:	0989506434	Persona de contacto en el establecimiento:	Bejarano Guaman Denis Carolina	
Página web:		Correo Electrónico:	Denisbejarano@gmail.com	
2.- DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO				
Provincia:	Chimborazo	Calle Principal:	Av Pedro Vicente Maldonado	
Cantón:	Riobamba	Numeración:		
Parroquia:	Lican	Calle secundaria:	Huronos	
Longitud:	-1.6768648	Referencia Ubicación:	A 4 cuadras de la estatua de la media luna, casa de de dos pisos, fachada de vidrio.	
Latitud:				
3.- CAPACIDADES DEL ESTABLECIMIENTO				
Mesas	10	Capacidad en número de personas	60	
4.- PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO				
HOMBRES		MUJERES		
Registre el TOTAL de empleados hombres del Establecimiento.	1	Registre el TOTAL de empleados mujeres del establecimiento.	2	
Del total de empleados hombres, cuántos son personas con discapacidad.	0	Del total de empleados hombres, cuántos son personas con discapacidad.	0	
5.- NOTIFICAR SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA				
CLASE DE MODALIDAD TURÍSTICA DE AVENTURA		TIPO DE MODALIDAD		
REQUISITOS DOCUMENTALES REQUERIDOS AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN			Cumple	No cumple
Al momento de la inspección se presentará el "Documento constitutivo de la misma debidamente aprobada por la autoridad correspondiente, en la que conste como su objeto social el desarrollo de la actividad turística;" (para personas jurídicas)				X
Al momento de la inspección se presentará el documento "Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito ante la autoridad correspondiente". (para personas jurídicas)				X
Al momento de la Inspección se presentará el documento de "Permiso de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos".			X	

Al momento de la inspección se presentará el documento de "Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)".	X			
Documento que habilite la situación legal del establecimiento, si es propio, arrendado o cedido.	X			
Al momento de la inspección se presentará el Certificado de Informe de compatibilidad de uso de suelo".	X			
REQUISITOS OBLIGATORIOS RESTAURANTE	Cumple			No cumple
Tener acceso universal al establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o personal que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente).				X
Contenedores de desperdicios con tapa.				X
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:				
a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.				X
b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.				X
c. Dispensador de desinfectante de manos con este elemento disponible.				X
Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.	X			
Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, ni elementos oxidados), deben ser de material de fácil limpieza.				X
La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso. No deben estar en contacto con el piso.				X
Debe contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.				X
Debe contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.				X
Contar con menú de alimentos y/o carta de bebidas física en buen estado, o digital, que indique el precio final de cada producto incluido impuestos, para el consumidor.				X
Personal de servicio debidamente uniformado.				X
Personal que manipula alimentos y bebidas debidamente uniformado.				X
Botiquín de primeros auxilios con contenido básico no caducado, según lo establecido en este Reglamento.	X			
Registro diario de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.				X
Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.				X
Bodega(s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.	X			
Vajilla, cubiertos y cristalería en buenas condiciones (no rotas, no despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).	X			
Debe contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.	X			
Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.	X			
Focos y lámparas de techo debidamente aislados con protectores en caso de rotura en áreas de producción.	X			
Suministro continuo de energía eléctrica.	x			
El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.	x			
El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.	x			
Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	x			
Registro de limpieza diario por áreas del establecimiento.				X
REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN	Puntaje	Tipo Requisito	Cumple	No cumple
Cuenta con entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.	2	Infraestructura		X
Cuenta con guardarropa y/o percheros para los consumidores.	4	Servicio		X

Cuenta con vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.	2	Infraestructura	X	
Cuenta con zona específica para bar.	2	Infraestructura	x	
Cuenta con calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.	4	Servicio		X
Cuenta con menú en idioma extranjero.	4	Servicio		X
Cuenta con menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, aguardientes y cervezas.	4	Servicio		X
Cuenta con cava de vinos.	4	Servicio		X
Cuenta con jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.	4	Servicio		X
Cuenta con somelier o persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.	4	Servicio		X
Cuenta con parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.	4	Servicio		X
Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	4	Servicio		X
Cuenta con servicio de reserva de mesa.	4	Servicio	x	
Cuenta con anfitrión para recepción de consumidores.	4	Servicio	x	
Cuenta con una póliza de responsabilidad civil.	4	Servicio		X
Cuenta con un instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.	4	Servicio		X
Cuenta con un listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	4	Servicio	x	
Cuenta con personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.	4	Servicio		X
Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.	4	Servicio	X	
Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	4	Servicio		X
Cuenta con un 10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.	4	Servicio	x	
Cuenta con vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.	2	Infraestructura	x	
Cuenta con sistema computarizado de facturación.	4	Servicio		X
Cuenta con un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	6	BPM		X
Cuenta con un plan de registro de temperaturas.	6	BPM		X
Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.	6	BPM		X
Cuenta con fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.	4	Servicio		X
En el área de producción, cuenta al menos con un lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.	6	BPM	x	
Cuenta con un Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por la autoridad competente.	4	Servicio	x	
Cuenta con certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.	6	BPM		X
Cuenta con área de pescadería.	6	BPM		X
Cuenta con área de carnicería.	6	BPM		X

Cuenta con área de panadería o pastelería.	6	BPM		X
Cuenta con área separada de cocina caliente y cocina fría.	6	BPM		X
Cuenta con cámaras de refrigeración.	6	BPM		X
Cuenta con cámaras de congelación.	6	BPM		x
Cuenta con facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	4	Servicio	x	
Debe contar con instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite.	6	BPM		X
Cuenta con un plan maestro de limpieza.	6	BPM	x	
Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	4	Servicio	x	
Cuenta con vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	4	Servicio	x	

ANEXO C: MATRIZ DE CONTROL – ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA RESTAURANTES

MATRIZ DE CONTROL - ALIMENTOS Y BEBIDAS RESTAURANTE			
Nombre Técnico Zonal:		Fecha Inspección:	
	Día: 20	Mes: 11	Año: 2022
1.- DATOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO			
Nombre Comercial:	Kurimarket	Número de Registro:	
RUC:	0604811125001	Fecha de Registro	25/08/2018
Actividad	Venta de comidas y bebidas en restaurantes, incluso para llevar.	Tipo de Trámite:	Categorización
Clasificación:	74	Categoría:	1 tenedor
Tipo de Establecimiento:	Restaurante	Propietario:	Bejarano Guaman Denis Carolina
Nombre de la Cadena o franquicia:	Casa Kuri	Representate Legal:	Curichumbi Palta Daniel
Local:	Propio	Teléfono secundario:	0980905901
Teléfono principal:	0989506434	Persona de contacto en el establecimiento:	Bejarano Guaman Denis Carolina
Página web:		Correo Electrónico:	Denisbejarano@gmail.com
2.- DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Provincia:	Chimborazo	Calle Principal:	Av Pedro Vicente Maldonado
Cantón:	Riobamba	Numeración:	
Parroquia:	Lican	Calle secundaria:	Hurones
Longitud:	-1.6768648	Referencia Ubicación:	A 4 cuadras de la estatua de la media luna, casa de dos pisos, fachada de vidrio.
Latitud:	-78.7805009		
3.- CAPACIDADES DEL ESTABLECIMIENTO			
Mesas	10	Capacidad en número de personas	60
4.- PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO			
HOMBRES		MUJERES	
Registre el TOTAL de empleados hombres del establecimiento.	1	Registre el TOTAL de empleados mujeres del establecimiento.	2
Del total de empleados hombres, cuántos son personas con discapacidad.	0	Del total de empleados mujeres, cuántos son personas con discapacidad.	0
5.- NOTIFICAR SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA			
CLASE DE MODALIDAD TURISTICA DE AVENTURA		TIPO DE MODALIDAD	
REQUISITOS DOCUMENTALES REQUERIDOS AL MOMENTO DE LA INSPECCIÓN		Cumple	No cumple
Al momento de la inspección se presentará el "Documento constitutivo de la misma debidamente aprobada por la autoridad correspondiente, en la que conste como su objeto social el desarrollo de la actividad turística;" (para personas jurídicas)			X
Al momento de la inspección se presentará el documento "Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito ante la autoridad correspondiente". (para personas jurídicas)			X
Al momento de la Inspección se presentará el documento de "Permiso de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos".		X	
Al momento de la inspección se presentará el documento de "Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)".		X	
Documento que habilite la situación legal del establecimiento, si es propio, arrendado o cedido.		X	
Al momento de la inspección se presentará el Certificado de Informe de compatibilidad de uso de suelo".		X	
REQUISITOS OBLIGATORIOS RESTAURANTE		Cumple	No cumple

Tener acceso universal al establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o personal que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente).		X		
Contenedores de desperdicios con tapa.		X		
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:		X		
a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.				
b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.		x		
c. Dispensador de desinfectante de manos con este elemento disponible.		x		
Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.		X		
Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, ni elementos oxidados), deben ser de material de fácil limpieza.		x		
La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso. No deben estar en contacto con el piso.		x		
Debe contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.		x		
Debe contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.		x		
Contar con menú de alimentos y/o carta de bebidas física en buen estado, o digital, que indique el precio final de cada producto incluido impuestos, para el consumidor.		x		
Personal de servicio debidamente uniformado.		x		
Personal que manipula alimentos y bebidas debidamente uniformado.		x		
Botiquín de primeros auxilios con contenido básico no caducado, según lo establecido en este Reglamento.		x		
Registro diario de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.		X		
Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.		X		
Bodega(s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.		X		
Vajilla, cubiertos y cristalería en buenas condiciones (no rotas, no despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).		X		
Debe contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.		X		
Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.		X		
Focos y lámparas de techo debidamente aislados con protectores en caso de rotura en áreas de producción.		X		
Suministro continuo de energía eléctrica.		x		
El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.		x		
El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.		x		
Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		x		
Registro de limpieza diario por áreas del establecimiento.		x		
REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN	Puntaje	Tipo Requisito	Cumple	No cumple
Cuenta con entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.	2	Infraestructura		X
Cuenta con guardarropa y/o percheros para los consumidores.	4	Servicio		X
Cuenta con vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.	2	Infraestructura	X	
Cuenta con zona específica para bar.	2	Infraestructura	x	
Cuenta con calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.	4	Servicio		X
Cuenta con menú en idioma extranjero.	4	Servicio	X	
Cuenta con menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, aguardientes y cervezas.	4	Servicio		X
Cuenta con cava de vinos.	4	Servicio		X
Cuenta con jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.	4	Servicio		X
Cuenta con somellier o persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.	4	Servicio		X
Cuenta con parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.	4	Servicio		X

Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.	4	Servicio	x	
Cuenta con servicio de reserva de mesa.	4	Servicio	x	
Cuenta con anfitrión para recepción de consumidores.	4	Servicio	x	
Cuenta con una póliza de responsabilidad civil.	4	Servicio		X
Cuenta con un instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.	4	Servicio	x	
Cuenta con un listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.	4	Servicio	x	
Cuenta con personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.	4	Servicio		X
Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.	4	Servicio	X	

Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.	4	Servicio	X	
Cuenta con un 10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.	4	Servicio	x	
Cuenta con vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.	2	Infraestructura	x	
Cuenta con sistema computarizado de facturación.	4	Servicio	x	
Cuenta con un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.	6	BPM		X
Cuenta con un plan de registro de temperaturas.	6	BPM		X
Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.	6	BPM		X
Cuenta con fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.	4	Servicio		X
En el área de producción, cuenta al menos con un lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.	6	BPM	x	
Cuenta con un Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por la autoridad competente.	4	Servicio	x	
Cuenta con certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.	6	BPM		X
Cuenta con área de pescadería.	6	BPM		X
Cuenta con área de carnicería.	6	BPM		X
Cuenta con área de panadería o pastelería.	6	BPM		X
Cuenta con área separada de cocina caliente y cocina fría.	6	BPM		X
Cuenta con cámaras de refrigeración.	6	BPM		X
Cuenta con cámaras de congelación.	6	BPM		X
Cuenta con facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).	4	Servicio	x	
Debe contar con instrumentos de control de acidez del aceite. Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite.	6	BPM		X
Cuenta con un plan maestro de limpieza.	6	BPM	x	
Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.	4	Servicio	x	
Cuenta con vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante	4	Servicio	x	

ANEXO D: CATASTRO TURÍSTICO DEL ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN RIOBAMBA

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Las Palmeras	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Mocca La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Camarones Reventados Por Libras	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
The Buho Pub	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Marisqueria Delicias Del Mar	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Monaco Parrilladas Y Pizzas	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Mani Mani Café	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Posada La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Casa Guillo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Vaca Marina La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Casa De Las Humitas La	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Bar Cortazar	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Fritadas De La Ayacucho Las	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Resbalon El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Ronny´S	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Atomium	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Embutidos La Andaluza	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Bonny Restaurant	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(2) Dos Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Veloz
Parrilladas De Fausto La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Mickos Ice Cream	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Jeke El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Rojo Retrobar	Alimentos Y Bebidas	Bar	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pynn's	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollo Ejecutivo 4	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Gelato Caffè	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Veloz
Hugo`S	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Paradise Bar Karaoke	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Paradero Santa Ana	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Costa Azul	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Radical	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Beer Garden Ecuadorian Pub	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Mont Blanc	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
The Gourmet Pizzeria	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Paparazzi Pizza	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Capea La	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollo Ejecutivo No.3	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollo Ejecutivo No. 5	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Brisa Marina 1	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Picanteria Anita	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Candilejas Sabor Tradicional	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Deliz	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Monreal	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pinocchio S Pizzeria	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Rey El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rieles Las	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Heart Rock	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Restaurante Lentejitas El Sabor	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Marisqueria Neptuno	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Monasterio El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Heladeria Y Cafeteria San Francisco	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Bellavista Burguer 4	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
El Rodeo Grill	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(2) Dos Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Mirador De Bellavista	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
El Chacarero Pizzeria – Restaurante	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Calipzo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Bonaire	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Ny New York	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Naranja's	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rayuela Restaurante	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Sierra Nevada Cafeteria	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Hornero El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Postales Coffee & Drinks	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Tazas	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Tambo De Oro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cafe Ejecutivo	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Q Lantro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Big Pollo De Rio	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Doña Magolita	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cartel El	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Hornados Carmita	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rey Del Burrito El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Kfcito El	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Vergel Del Sabor El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Choys Jr Marisqueria	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pistachio	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
L'Incontro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Campanario De Rio El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Mister Empanada	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Dolfina Pizzeria La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Black Cofee Express	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rincon Chilenito	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Corcel Negro Comida Rapida	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Casa China	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Listo Bistro	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
El Viento Del Oeste	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Pizzeria Mozzarella	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Rio Rincon Riobamba	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Rio Rincon Riobamba	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
D Kdas 70 80 90	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Resbalon Del Norte El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Bulls Restaurant	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Cafe Concert Delirio	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pizzota La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Minimarket Mariu	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
D´Baggio	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Lina Sabe A Mexico	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pico Loco 2	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Casa Rubio Cayfruts	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Casa Vieja 2 La	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Roberth's	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Primitive Art Pub	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Nuit Dance La	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Travietta Pizzeria	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Gran Chaparral El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cafe Paola	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cafe Paola 2	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cocoa By Tenta	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cheves Sport	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Brothers Café	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
La Bolera	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
La Bolera	Alimentos Y Bebidas	Bar	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
San Valentin Club	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Cafe Del Tren	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Quinta Dorada	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Happy Pollo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Inka Burguer	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Casa Vieja	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Maxi Wings	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Soffi's	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Marisqueria Camba Huasi	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Tauro By Bonny	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Mister Broasty	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Fervans Club	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cafe Maya Destapate	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Don Gatito	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Miss Angeles	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Taco Naco Comidas & Bebidas Mexicanas	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Restaurant Rey Dorado	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Wanna Wings	Alimentos Y Bebidas	Establecimiento Móvil	Categoría Única	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Pizzeria Michelinos	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Burger Machine By La Manuela Garden	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Maldonado

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Chori Gol	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Chori Gol	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Baruk	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Hot Dogs De La Gonzalez Suarez Los	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Humo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Sweet & Salty	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Caporeto-Cafeteria	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Baltimore Food & Drinks	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Sal Y Pimienta	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Hiedras Las	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Nueva Chop	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Boobble Tea	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rincón Del Gato	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Moet Rose By Fabrik	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Pollo Pico Loco	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cafeteate	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Amonet	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Ok Vip Bar Discoteca	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Track Cafe Karaoke	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rocket 88	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollo Ejecutivo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Ejecutivo Burger	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Creperia Eibimax	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Veloz

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Foe Disco Bar Karaoke	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rabeta La	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
La Rabeta	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Zea Food Experience	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(3) Tres Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Veloz
Tavugo Comida Rapida	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Tazas	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Pollo Ejecutivo 7	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Nativa Gastronomía Ecuatoriana	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Onix Lounge Bar	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Glace	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Greenfrost	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Happy Pollo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Veloz
Mar Y Sierra Carnes Y Mariscos	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Kandy Blue	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Roxi S Café	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Discotec Ronnys	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Suthon Concert Club	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Tribu	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
La Leyenda Beer Co.	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Marisqueria Brisa Marina Jr	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Deymar	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Delicias Don Paco	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Rio Rocks	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Zona Elite Resto Bar	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Club Elite Snack Bar	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Zona Elite Resto Bar	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Sensei Sushi	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Valhalla	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Papitas Al Hombro 2	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
La Fragola	Alimentos Y Bebidas	Bar	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Keops Faraon	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Bellavista Burguer Dos	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Orale Antojitos Mexicanos	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Veloz
Capital Pub	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Capital Pub	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Monaco Restaurante	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Dueto Sea Food And Grill	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
8vo Cielo	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Veloz
Restaurante Patrimonio	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(3) Tres Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Sucursal Panaderia La Vienesa	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Bonanza El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Jamones Andaluza De La Sierra	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
The Gourmet Pizzeria	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Pollos Stav	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Vintage House	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollo Ejecutivo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Cafe Paris	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Pollo Ejecutivo	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Comedor Don Pedro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Opium	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Lujo	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Opium	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Sierra Empanadas La	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Mama Aurorita	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Oriental	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Zhong Hua	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Bing Sheng	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chili's Riobamba	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(4) Cuatro Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Carl'S Jr Riobamba	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(2) Dos Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Comidas De Victor	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Monaco Parrillada Y Pizzas 2	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Mar De Oro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollos La Promocion 2	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Corcel Negro	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Sabores De Italia Los	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Isla La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Fogon Restaurante	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Cittadino	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Tropical Beer S Titter S	Alimentos Y Bebidas	Discoteca	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Parada La	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Carbonero El	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Marisqueria Matius	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Puro Verde Cafeteria Tradicional Ecuatoriana	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Abbey Rd Pub	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Abbey Rd Pub	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Pollo Loco	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Zen Wei Vegetariano	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Gran Pekin	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa La Planchas	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Flamingo Express	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Fumi	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Chifa Sheng Yuang	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Doble Feliz	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Mr. Green	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Segunda	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Macao Riobamba	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Ming Yuang	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Chifa Buena Suerte	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Kfc	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Maldonado
Kentucky Fried Chicken	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Kentucky Fried Chicken	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
La Tablita Del Tartaro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(2) Dos Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Mayflower	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(2) Dos Tenedores	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Cajun	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Menestras Del Negro	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Tropiburguer	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Los Cebiches De La Rumiñahui	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Los Cebiches De La Rumiñahui	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Velasco
Crepe & Company	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Helados De Paila	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Heladeria Los Alpes	Alimentos Y Bebidas	Cafetería	(1) Una Taza	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Virgen Del Cisne	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Pollo Ejecutivo No 2	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Asadero Riobambeñito	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Parrillerito 2 El	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Texas Asadero	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Texas 2	Alimentos Y Bebidas	Fuente De Soda	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial
Diocelina	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chimborazo	Riobamba	Riobamba, Cabecera Cantonal Y Capital Provincial

NOMBRE COMERCIAL	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Abaturc	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Abbey Rd	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Morrigan Pub	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Morrigan Pub	Alimentos Y Bebidas	Restaurante	(1) Un Tenedor	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Abaturc	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Abbey Rd	Alimentos Y Bebidas	Bar	(1) Una Copa	Chimborazo	Riobamba	Lizarzaburu
Mundo Tuerca						

ANEXO E: DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR EDAD DEL CANTÓN RIOBAMBA

	2020			2021			2022			2023		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Menores de 1 año	2.135	2.119	4.254	2.156	2.140	4.296	2.176	2.161	4.337	2.196	2.181	4.377
1 a 4 años	9.741	9.477	19.218	9.838	9.571	19.409	9.932	9.662	19.594	10.023	9.751	19.774
5 a 9 años	12.798	12.676	25.474	12.924	12.802	25.726	13.048	12.924	25.972	13.168	13.043	26.211
10 a 14 años	13.315	12.896	26.211	13.446	13.024	26.470	13.575	13.148	26.723	13.700	13.269	26.969
15 a 19 años	14.098	13.715	27.813	14.238	13.850	28.088	14.374	13.983	28.357	14.507	14.112	28.619
20 a 24 años	12.177	13.064	25.241	12.297	13.194	25.491	12.415	13.320	25.735	12.529	13.443	25.972
25 a 29 años	9.910	11.802	21.712	10.008	11.919	21.927	10.103	12.033	22.136	10.197	12.144	22.341
30 a 34 años	8.051	9.774	17.825	8.131	9.871	18.002	8.208	9.965	18.173	8.284	10.057	18.341
35 a 39 años	7.312	9.201	16.513	7.384	9.292	16.676	7.455	9.381	16.836	7.523	9.467	16.990
40 a 44 años	6.606	8.272	14.878	6.672	8.354	15.026	6.736	8.434	15.170	6.798	8.512	15.310
45 a 49 años	6.243	7.478	13.721	6.304	7.552	13.856	6.365	7.624	13.989	6.423	7.694	14.117
50 a 54 años	5.251	6.291	11.542	5.303	6.353	11.656	5.353	6.414	11.767	5.403	6.473	11.876
55 a 59 años	4.671	5.659	10.330	4.717	5.715	10.432	4.762	5.770	10.532	4.806	5.823	10.629
60 a 64 años	3.651	4.533	8.184	3.687	4.577	8.264	3.722	4.621	8.343	3.756	4.664	8.420
65 a 69 años	3.005	3.771	6.776	3.035	3.808	6.843	3.064	3.845	6.909	3.092	3.880	6.972
70 a 74 años	2.298	2.924	5.222	2.321	2.953	5.274	2.343	2.981	5.324	2.365	3.009	5.374
75 a 79 años	1.657	2.381	4.038	1.674	2.405	4.079	1.690	2.428	4.118	1.705	2.450	4.155
80 y más	2.053	3.045	5.098	2.073	3.075	5.148	2.093	3.104	5.197	2.112	3.133	5.245
Total	124.972	139.078	264.050	126.208	140.455	266.663	127.414	141.798	269.212	128.587	143.105	271.692

Fuente: INEC, 2010.

ANEXO F: CERTIFICADO DE ATENCIÓN AL TURISTA CON DISCAPACIDAD.

Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades
Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física
Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación - Cooperación Española
COCEMFE Fundación Once

CERTIFICA
A

GLADYS MARIBEL MOROCHO HUILCAREMA

Por haber aprobado el curso abierto **Guía Virtual para la Atención al Turista con Discapacidad**
con una duración de 8 horas.

Código de Autenticidad: **cMCg7bwWPR**



Tatiana Escobar Haro

Mgs. **Vivian Tatiana Escobar Haro**
Secretaria Técnica del CONADIS

Quito, 14 febrero 2023

 **Gobierno
del Ecuador**

GUILLERMO LASSO
PRESIDENTE

ANEXO G: FOTOGRAFÍAS



Fotografía 1: Entrevista a los propietarios del negocio
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



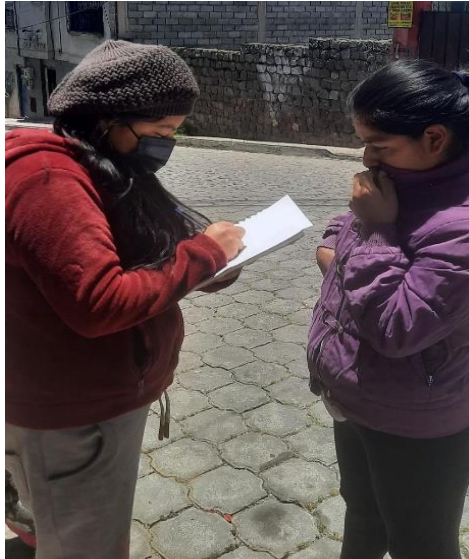
Fotografía 2: Planta baja del restaurante
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 3: Decoración temática del restaurante
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 4: Entrevista a la población de Riobamba
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 5: Entrevista
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 6: Entrevista
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



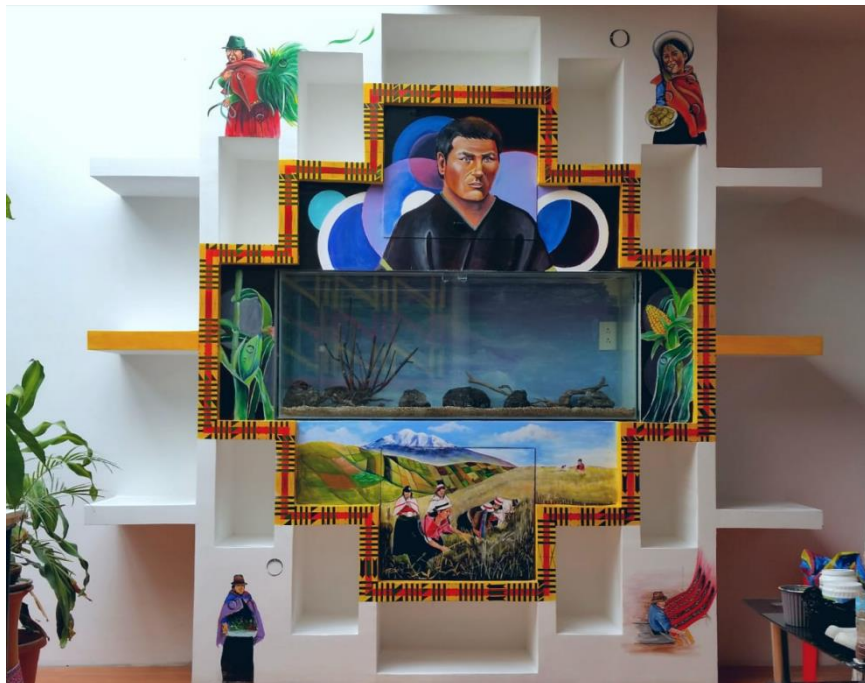
Fotografía 7: Restaurante Casa Kury
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 8: Restaurante Casa Kury
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 9: Restaurante Casa Kury
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



Fotografía 10: Restaurante Casa Kury
Realizado por: Morocho, Gladys, 2023.



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 26 / 07 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Gladys Maribel Morocho Huilcarema
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciada en Turismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz

1398-DBRA-UTP-2023