



ESCUELA

SUPERIOR

POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO
GASTRONÓMICO EN EL MALECÓN ESCÉNICO LAGUNA DE
COLTA, 2012.”**

TESIS DE GRADO

Previo a la Obtención del Título de:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Dorys Piedad Pucha Curichumbi

RIOBAMBA- ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

.....

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICAN QUE: El Trabajo de investigación titulada **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN PUNTO GASTRONÓMICO EN EL MALECÓN ESCÉNICO LAGUNA DE COLTA, 2012”** de responsabilidad de la Señorita egresada **Dorys Piedad Pucha Curichumbi**, ha sido prolijamente revisada, y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

.....

Ing. Maribel Vallejo Ch.

MIEMBRO DE TESIS

.....

Riobamba, Febrero del 2013

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a DIOS por permitirme la vida bendecirme y guiar
mis pasos cada día.*

*Un exclusivo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de
Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía,
por darme una oportunidad de formarme en tan prestigiosa
institución.*

*Un especial agradecimiento a la Ing. Sílvia Tapia en su calidad de
Directora de Tesis, y a la Ing. Maribel Vallejo como Miembro de
Tesis, por su desinteresada orientación y apoyo necesaria en el
proceso, para el desarrollo de la presente investigación.*

*A todos y cada uno de los Docentes de esta Prestigiosa Escuela,
por abrirme las puertas del conocimiento y formarme como una
profesional competitiva.*

DEDICATORIA

El esfuerzo y la dedicación del presente trabajo son a Dios, por haberme concedido la vida y permitirme culminar una etapa más como profesional.

A mis padres y mis hermanos quienes a más de ser mi apoyo son la fuente de mi inspiración para la consecución de mis metas personales y profesionales.

Al resto de mi familia por ser un pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional y desinteresado, por estar a mi lado en los buenos y malos momentos.

Dorys

ÍNDICE

RESUMEN	16
SUMMARY	16
I. <u>INTRODUCCIÓN</u>	17
II. <u>OBJETIVOS</u>	3
a. GENERAL	4
b. ESPECÍFICOS	4
III. <u>MARCO TEÓRICO</u>	4
a. CANTÓN COLTA	5
i. Descripción general.....	5
ii. Datos de interés	5
iii. Historia.....	7
iv. Atractivos Turísticos	8
b. LAGUNA DE COLTA	9
c. PUNTO GASTRONÓMICO	10
d. GASTRONOMÍA	11
i. Historia de La Gastronomía.....	11
ii. Gastronomía del Ecuador.....	13
e. RESTAURANTES	16
i. Origen de los Restaurantes.....	16
ii. Historia de los Restaurantes	18
iii. Clasificación de los Restaurantes.....	18
iv. Tipos de Restaurantes	22
v. Tipos de Servicios	26
vi. Áreas de un Restaurante.....	29
vii. La cocina y sus áreas.....	33
viii. Área de entrega de comandas y recepción de pedidos	35

f.	REQUISITOS Y OBLIGACIONES DEL MANIPULADOR DE ALIMENTOS.	36
iv.	Ventajas competitivas	40
v.	Apoyos	40
IV.	<u>METODOLOGÍA</u>	41
a.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN	41
b.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	41
i.	Tipo de estudio.....	41
ii.	Tipo de Investigación	41
c.	POBLACIÓN Y MUESTRA	42
d.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS	44
i.	Investigación de Mercado y de Marketing	44
a)	Estudio de mercado	44
b)	Encuesta Socioeconómica, para la Aceptabilidad de la propuesta.....	44
c)	Desarrollo de la investigación:.....	45
ii.	Plan de Empresa.....	45
1.	Aspectos Técnicos	45
2.	Aspectos Jurídicos Mercantiles	46
3.	Estrategias de Marketing.....	46
4.	Gestión del Talento Humano.....	47
5.	Aspectos Económico – Financieros.....	47
6.	Aspectos Ambientales.....	47
V.	<u>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</u>	48
a.	<u>PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS</u>	48
i.	Presentación, Tabulación y Análisis de los datos en la investigación de mercado y Marketing.....	48
ii.	<u>Discusión</u>	64
VI.	<u>CONCLUSIONES</u>	65
VII.	<u>RECOMENDACIONES</u>	66

VIII.	<u>PLAN DE EMPRESA</u>	67
a.	<u>ASPECTOS TÉCNICOS</u>	67
i.	Determinación del tamaño de la empresa	67
ii.	Capacidad de Producción / Capacidad de oferta de servicio.....	74
iii.	Localización	75
iv.	Proceso de producción del bien/ proceso de la oferta del servicio.....	78
v.	Viabilidad técnica	114
b.	<u>ASPECTOS JURÍDICOS – MERCANTILES</u>	122
i.	Forma Jurídica elegida para el proyecto.....	122
ii.	Requisitos legales para su apertura y funcionamiento.....	123
iii.	Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa.....	128
iv.	Gastos de constitución	131
c.	<u>ESTRATEGIAS DE MARKETING</u>	132
i.	Producto.....	132
ii.	Precio.....	137
iii.	Distribución	139
iv.	Plan de Comunicación	139
i.	Competencia.....	141
d.	<u>GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO</u>	141
i.	Determinación del Talento Humano	141
ii.	Descripción de los puestos de trabajo.....	143
v.	Organización de la empresa.....	153
vi.	Programa Operativo	153
vii.	Organigrama Empresarial	156
viii.	Selección y Contratación del Personal	157
e.	<u>ASPECTOS ECONÓMICO - FINANCIEROS</u>	159
i.	Objetivos Empresariales	159
1.	Corto Plazo	159

2.	Mediano Plazo	159
3.	Largo Plazo	159
4.	Creación del valor	160
ii.	Estructura del Balance	160
1.	Capital de Trabajo	160
1.1	Gastos.....	161
2.	Inversiones del proyecto.....	163
3.	Cuenta de Resultados.....	164
4.	Estado de Situación Inicial	165
5.	Balance General	166
6.	Estado de pérdidas y ganancias.....	167
7.	Determinación de los flujos neto del efectivo.....	169
8.	Viabilidad Financiera	170
f.	<u>ASPECTOS AMBIENTALES</u>	175
i.	Impacto Ambiental del proyecto	176
ii.	Acciones remediales	177
iii.	Medidas de Seguridad Industrial	179
iv.	Tecnología alternativa para reducir la basura.....	179
IX.	<u>CONCLUSIONES</u>	181
X.	<u>RECOMENDACIONES</u>	182
XI.	<u>BIBLIOGRAFIA</u>	183
XII.	<u>ANEXOS</u>.....	185

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°- 1 Edad del encuestado	49
Cuadro N°- 2 Sexo del encuestado	50
Cuadro N°- 3 ¿Qué turista es?	51
Cuadro N°- 4 Visita del Malecón Laguna de Colta.....	52
Cuadro N°- 5 Punto Gastronómico	54
Cuadro N°- 6 Restaurante de Magnitud.....	55
Cuadro N°- 7 Preferencias en un restaurante.....	56
Cuadro N°- 8 Tipo de decoración del restaurante.....	57
Cuadro N°- 9 Tipo de menú.....	59
Cuadro N°- 10 Estacionamiento	60
Cuadro N°- 11 Precio del menú.....	61
Cuadro N°- 12 Medios de información.....	62
Cuadro N°- 13 Equipos del Área de Producción.....	68
Cuadro N°- 14 Equipos del Área de Steward	69
Cuadro N°- 15: Área de Pre – Producción.....	69
Cuadro N°- 16 Equipos de Cuartos Fríos	70
Cuadro N°- 17 Equipos del Área de Bodega	71
Cuadro N°- 18 Equipos del Área administrativa.....	71
Cuadro N°- 19 Presupuesto General.....	74
Cuadro N°- 20 Yahuarlocro	85
Cuadro N°- 21 Caldo de patas	86
Cuadro N°- 22 Caldo de gallina	87
Cuadro N°- 23 Sopa de Verduras.....	88
Cuadro N°- 24 Sopa de mote	89
Cuadro N°- 25 Sopa de lentejas.....	90
Cuadro N°- 26 Locro de papas.....	91

Cuadro N°- 27 Crema de espinaca.....	92
Cuadro N°- 28 Crema de brócoli	93
Cuadro N°- 29 Crema de zanahoria	94
Cuadro N°- 30 Seco de pollo.....	95
Cuadro N.- 31 Seco de chivo	96
Cuadro N.- 32 Churrasco	97
Cuadro N.- 33 Llapingachos.....	98
Cuadro N.- 34 Pollo a la Cerveza.....	99
Cuadro N.- 35 Manzanas al horno.....	100
Cuadro N.- 36 Flan de queso	101
Cuadro N.- 37 Espumilla de frutas.....	102
Cuadro N°- 38 Dulce de higos.....	103
Cuadro N°- 39 Torta de zanahoria.....	104
Cuadro N°- 40 Jugo de tomate de árbol	105
Cuadro N°- 41 Jugo de mora.....	106
Cuadro N°- 42 Jugo de frutilla	107
Cuadro N°- 43 Jugo de guayaba	108
Cuadro N°- 44 Jugo de papaya	109
Cuadro N°- 45 Grupo de inventario Carnes	110
Cuadro N°- 46 Grupo de Inventario de frutas	110
Cuadro N°- 47 Grupo de Inventario de hortalizas	111
Cuadro N°- 48 Grupo de Inventario de lácteos	112
Cuadro N°- 49 Grupo de Inventario de enlatados y condimentos	113
Cuadro N°- 50 Grupo de inventario Granos.....	113
Cuadro N°- 51 Requerimientos de equipo de cocina.....	115
Cuadro N°- 52 Menaje y vajilla	116
Cuadro N°- 53 Requerimientos del equipo de cómputo.....	119
Cuadro N°- 55 Requerimientos de suministros de Oficina.....	119

Cuadro N°- 56 Requerimientos de suministros de limpieza	120
Cuadro N°- 57 Requerimientos de uniformes	121
Cuadro N° 58 Requerimientos de Servicios Básicos	121
Cuadro N°- 59 Requerimientos legales para el funcionamiento del restaurante.	127
Cuadro N°- 60 Obligaciones anuales que debe cumplir para el funcionamiento del punto gastronómico.....	130
Cuadro N°- 61 Gastos de constitución del punto gastronómico.....	131
Cuadro N°- 62 Servicios para la Venta.....	136
Cuadro N°- 63 Costos de producción	137
Cuadro N°- 64 Precios de Competencia.....	138
Cuadro N°- 65 Precio de acuerdo al margen de Utilidad	138
Cuadro N°- 66 Plan de Comunicación.....	140
Cuadro N°- 68 Personal requerido para el funcionamiento del punto gastronómico. .	142
Cuadro N°- 69 Descripción de Puesto de Administrador	143
Cuadro N°- 70 Descripción del Puesto de Chef.....	145
Cuadro N°- 71 Descripción de Puesto de Ayudante de cocina	146
Cuadro N°- 72 Descripción del Puesto de Steward	147
Cuadro N°- 73 Perfil del Administrador.....	148
Cuadro N°- 74 Perfil del Chef	149
Cuadro N°- 75 Perfil del Ayudante de cocina	150
Cuadro N°- 76 Perfil del Steward.....	151
Cuadro N°- 77 Costes Salariales.....	152
Cuadro N°- 78 Programa Operativo.....	154
Cuadro N°- 79 Costos de selección de personal	158
Cuadro N°- 80 Capital de Trabajo	160
Cuadro N°- 81 Activo diferido	161
Cuadro N°- 82 Depreciación de Activos Fijos.....	161
Cuadro N°- 83 Amortización de Activos Diferidos.....	162

Cuadro N°- 84 Previsión de Ventas.....	162
Cuadro N°- 85 Resumen de Inversión.....	163
Cuadro N°- 86 Financiamiento.....	164
Cuadro N°- 87 Flujo neto de caja.....	165
Cuadro N°- 88 Balance General Proyectado.....	166
Cuadro N°- 89 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	167
Cuadro N°- 90 Costos fijos.....	167
Cuadro N°- 91 Costos Variables.....	168
Cuadro N°- 93 Calculo del Van.....	171
Cuadro N°- 94 Relación Beneficio Costo.....	172

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°- 1 Flujograma del proceso de compra de materia prima.....	81
Figura N°- 2 Flujograma del proceso de producción del menú	82
Figura N°- 3 Flujograma del proceso de servicio	83
Figura N°- 04 Restaurante “LAS ORILLAS”	134
Figura N°- 05 Canal de comercialización directo	139
Figura N°- 06 Organigrama Empresarial	156

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°- 1 Edad del encuestado	49
Gráfico N°- 2 Sexo del encuestado	50
Gráfico N°- 3 ¿Qué turista es?	51
Gráfico N°- 4 Visita del Malecón Laguna de Colta	53
Gráfico N°- 5 Punto Gastronómico	54
Gráfico N°- 6 Restaurante de Magnitud	55
Gráfico N°- 7 Preferencia de un restaurante	56
Gráfico N°- 8 Tipo de decoración	58
Gráfico N°- 9 Tipo de menú	59
Gráfico N°- 10 Estacionamiento	60
Gráfico N°- 11 Precio del menú	61
Gráfico N°- 12 Medio de información	63
Gráfico N°- 13 Esquema del Flujograma	80

RESUMEN

La presente investigación Propuesta para la Creación de un Punto Gastronómico en el Malecón Escénico de la Laguna de Colta, en la Provincia de Chimborazo, con diseño descriptivo, transversal. Se realizó un estudio de mercado para encontrar la demanda insatisfecha, aplicando las encuestas a los turistas que visitan el lugar atractivo, por medio de la aplicación del muestreo, se determinó la cantidad de 23 encuestados permitiendo conocer las preferencias de los clientes. Se realizó el estudio técnico determinando el tamaño del restaurante, la capacidad de producción, se efectuó las estrategias de marketing para determinar la viabilidad del proyecto.

Elaborando además el estudio administrativo y legal, estableciendo las funciones e interrelaciones del personal y la forma jurídica más idónea de organización la del empresario individual. Se ejecutó el estudio financiero del proyecto para un periodo de cinco años, obteniendo beneficios a partir del primer año, el VAN (valor actual neto) de \$128.814,05 y un TIR (tasa interna de retorno) de 66%, con una relación beneficio costo de 1.27 ctvs. por cada dólar invertido, con un PRI (periodo de recuperación de la inversión) en 2 años, 2 meses y 2 días, lo que indica que el proyecto es factible, atenuando el impacto ambiental y se recomienda su implementación, tomando en cuenta los resultados obtenidos.

SUMMARY

The following research proposed the creation of a Gastronomic place in the scenic boardwalk of Colta lagoon, Chimborazo Province, with a descriptive cross-sectional design. It was made a market research in order to find the unsatisfied demand, applying surveys to the tourists who visit the tourist place, using the sampling application, it was determined the number of 23 survey respondents getting to know the customer preferences. It was made a technical studio determining the restaurant size, the production capacity; also, it was carried out the marketing strategies to determine the viability project.

Also it was made an administrative and legal studio, establishing the roles and interrelations between workers and the most suitable legal way of organization of each business owner. It was carried out a financial studio of this project for a period of 5 years, obtaining benefits since the first year, the VAN (the total net value) of \$128.814,05 and a TIR (internal rate of return) of 66%, in a profit relation price of 1.27 cents for each dollar invest, with a PRI (recovery period investment) in 2 years, 2 months and 2 days, showing that the project viable, attenuating the environment impact and it is recommended the use of it, taking into account the obtained results.

I. **INTRODUCCIÓN**

Colta, con su lugar mágico turístico y atractivo, no cuenta con un restaurante apropiado que ofrezcan alimentos para satisfacer las necesidades a los turistas tanto locales como extranjeros.

Los que expenden alimentos desconocen de las buenas prácticas de manufactura y sanificación al momento de manipular, elaborar, preservar y conservar los productos.

Las alternativas ofrecidas en los lugares cercanos, no son acogedores, atractivos y están muy lejos del malecón para satisfacer las necesidades de los visitantes.

La Laguna de Colta se ha convertido en un sitio escénico turístico de poca permanencia, desperdiciando la inversión realizada para la construcción de su malecón, que tiene como objetivo primordial que las personas permanezcan en la misma.

El servicio de empresas encargadas de la preparación y venta de alimentos ha venido aumentando en estos últimos años, de donde los clientes cada vez, buscan nuevos lugares acogedores en donde puedan pasar un momento agradable disfrutando de la buena comida y del buen servicio que brinden, lugares que son muy escasos en el cantón, de poco prestigio y sin la existencia de oferta gastronómica en el malecón escénico laguna de Colta.

Es preciso que todas las personas que están en contacto con el cliente traten de conocer sus deseos y una vez descubierto, satisfacer las diferentes necesidades, por eso es ventajoso prepararse para crear un ambiente agradable y acogedor, en el cual el cliente se sienta cómodo satisfecho y con ganas de regresar.

Los diferentes platos que se prepararán serán exclusivamente para el consumo de las personas que deseen deleitar y variar su menú diario, por ello es necesario crear un punto gastronómico para la actual producción y comercialización de alimentos en el malecón escénico laguna de Colta de la provincia de Chimborazo.

II. OBJETIVOS

a. GENERAL

“Desarrollar la propuesta para la creación de un punto gastronómico en el Malecón Escénico Laguna de Colta 2012.”

b. ESPECIFICOS

- ✓ Realizar el estudio de mercado para encontrar la demanda insatisfecha y las preferencias de los clientes potenciales.

- ✓ Elaborar el plan de empresa del negocio propuesto.

- ✓ Determinar la viabilidad económica – financiera para la creación del punto gastronómico.

III. MARCO TEÓRICO

a. CANTÓN COLTA

i. Descripción general

Colta, es considerada el cantón de Chimborazo con mayor población de indígenas quichuas cuenta con pequeños valles, mesetas, cerros y depresiones que forman su territorio irregular en donde se encuentran pueblos indígenas y mestizos dedicados a la agricultura, ganadería, comercio y artesanía. Se encuentra al noroccidente de la provincia de Chimborazo, apenas a 18 Km de la ciudad de Riobamba y a 206 Km. de Quito la Capital de la República del Ecuador. Posee alturas hasta de 3.100 msnm. El territorio de este cantón se encuentra ubicado en la Hoya de Chambo y parte de la hoya de Chimbo.

ii. Datos de interés

Extensión

La extensión es de 850 Km².

Ubicación

Se encuentra ubicada en la parte noroccidental de la Provincia de Chimborazo, a 18 Km, de la ciudad de Riobamba.

Límites

Norte: con el cantón Riobamba, con sus parroquias San Juan y Licán.

Sur: con los cantones Pallatanga, y Guamote.

Este: con el cantón Riobamba, con sus parroquias Cacha, Punín, Flores y la parroquia Cebadas del cantón Guamote.

Oeste: con la provincia de Bolívar.

Población

La población es 47.600 Habitantes.

Parroquias Urbanas y Rurales

Urbana: Villa La Unión (Cajabamba).

Rurales: Cañi, Columbe, Juan De Velasco (Pangor), Santiago De Quito.

Clima

La temperatura oscila entre 10° C y 13° C aunque en las estribaciones de la Cordillera Occidental, hacia la costa el clima varía notablemente dando temperaturas hasta de 21° C.

Actividad Económica

Los habitantes del cantón viven, en su mayoría del comercio informal, de la agricultura, ganadería y en menores proporciones del turismo.

En este cantón, hay buenos criaderos de ganado, bovino, ovino, aves de corral y variedad de animales domésticos.

Recursos Naturales

Sus principales cultivos son: papas, cebada, trigo, habas, chochos, arveja, cebolla, quinua, toda clase de hortalizas; en el clima cálido se cultiva maíz, frutas, pastizales, etc.

Fiestas Cantonales

02 de Agosto de 1884 – Cantonización del Cantón Colta.

Fiestas Religiosas

Septiembre a Octubre – Fiesta de la Virgen de Balvanera.

19, 20, 21 de Enero – Fiesta de San Sebastián.

24 de Mayo – Fiesta de Juan de Velasco.

15, 16 de Julio – Fiesta de Santiago de Quito.

24, 25 de Diciembre – Fiestas del Divino Niño Jesús.

iii. Historia

La Villa La Unión o Cajabamba era un conjunto de tres poblados: Cajabamba, Liribamba y Riobamba, capital de los Puruháes, donde los españoles construyeron Santiago de Quito, en 1534, convertida luego en San Pedro de Riobamba.

El terremoto de 1797, la sepultó 30 metros bajo tierra. Por un trabajo arqueológico realizado por el Banco Central se rescataron restos de calles empedradas, bases de edificios, templos, acueductos, etc. A mayor profundidad estaría el aristocrático barrio La Merced.

La ciudad tenía 16 manzanas y ocho iglesias, una de esas, Balbanera, se salvó y se dice, es la primera construida por los españoles en el país, pero existen discrepancias.

Aquí se dio lugar la formación de la confederación Shyi-Puruhá, conocida luego como “Reino de Quito”, que fue absorbido por el Imperio Inca, conquistado por los españoles. Cuna de hombres y mujeres de conocimiento y jerarquía como Condorazo, Duchicela, el Sabio Pedro Vicente Maldonado, Juan de Velasco (Primer Historiador del País), Magdalena Dávalos, Isabel de Godín, etc., razón por las cuales se ha denominado al Cantón Colta: “Capital de la Nación Puruhá”, “Corazón de la Civilización Andina”, “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”. Fue canonizado el 02 de agosto de 1884.

iv. Atractivos Turísticos

Iglesia de Balbanera:

Está situado junto a la laguna de Colta. Se considera que fue la primera iglesia católica la cual fue construida por los españoles en territorio Ecuatoriano, en el año de 1534. En una placa que destaca en Balbanera, se anota que este templo es el más antiguo del país y fue construido para recordar a la Santísima Virgen de Balbanera.

Sicalpa o Ruinas de la Antigua Ciudad de Riobamba:

Estas ruinas muestran que la antigua Riobamba contaba con 16 manzanas en las que se destacaban ocho iglesias. Además, aquí se imprimían las monedas oficiales durante la Colonia. A decir de cierto arqueólogo ecuatoriano, "La Antigua Riobamba es en el Ecuador como Pompeya en Italia".

- **Caballitos de Totorá:**

Los caballitos de totora, son una reminiscencia de contacto con el pueblo Chimú, son elaborados por los habitantes de la parroquia Santiago de Quito del cantón Colta, con totora extraída de la laguna. En este lugar se realizan carreras de "caballitos de totora" cruzando de sur a norte la laguna.

b. LAGUNA DE COLTA

Esta hermosa laguna, es conocida en lengua Puruhá como "Culta Lucha", que significa "Laguna de Pato". La Laguna de Colta es única, desde Loja hasta Quito no existe otra de tan fácil acceso, cruzada por la línea férrea y la Panamericana. Es un gran espejo de agua de forma alargada, rodeada de exuberante vegetación. Se la puede observar desde la carretera en todo su esplendor, adornada por el Chimborazo y por una naturaleza impresionante, con paisajes andinos únicos.

Ubicación

La Laguna de Colta se halla ubicada a 19 kilómetros, 20 minutos al sur o este de la ciudad de Riobamba. Da el nombre al cantón donde se encuentra.

Extensión

La Laguna de Colta tiene una extensión de 2.500 metros de longitud por 1.100 metros de ancho.

Clima.

En este lugar el clima es templado, la temperatura se encuentra entre los 12 grados centígrados.

Flora

En esta laguna crece la totora, utilizada para el tejido de esteras y variadas artesanías. En este lugar también se produce productos agrícolas como como: papas, cebollas, maíz, entre otros.

Fauna

Entre la fauna que se puede divisar en los alrededores de esta atractiva laguna están: patos emigrantes, patos salvajes, garzas, ovejas, y una gran diversidad de aves, y peces de colores.

c. PUNTO GASTRONÓMICO

Es el estado perfecto que alcanza cualquier plato al momento de crear una buena comida cumpliendo con los requerimientos exigentes para la satisfacción plena del mismo.

d. GASTRONOMÍA

Gastronomía es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. Gastrónomo es la persona que se ocupa de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa.

Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. Además estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

i. Historia de La Gastronomía

La historia, de la cocina se inicia cuando se empieza a utilizar el fuego para preparar los alimentos, que resultan así más fáciles de comer y más digestibles, y más agradables en cuanto a una temperatura adecuada para el cuerpo. Otro paso de suma importancia fue la agricultura, que permitió al ser humano planificar su fuente de recursos alimenticios, creando excedentes para épocas de escasez.

En la Antigua Grecia se sentaron las bases de la gastronomía como ciencia, y fueron los creadores de los recetarios y la literatura gastronómica. Los romanos practicaron la avicultura y la piscicultura, así como la elaboración de embutidos, y perfeccionaron las técnicas relacionadas con el vino y el aceite. Solían cocinar con especias y hierbas aromáticas, y les gustaba la mezcla de dulce y salado.

En el Renacimiento se revitalizó la cultura clásica, y se destacó la cocina veneciana, por su comercio con Oriente favoreció la importación de todo tipo de especias: pimienta, mostaza, nuez moscada, clavo, canela, etc. para una nueva gastronomía fue el descubrimiento de América, de donde llegaron nuevos alimentos como el maíz, la patata, el tomate, el cacao, los frijoles, el pimiento, la vainilla, la piña, el aguacate, el mango, el tabaco, etc.

El cultivo de las artes culinarias en Francia fue favorecido por los Borbones, especialmente por Luis XIV, monarca de gran paladar; sin embargo, estas delicias culinarias estaban reservadas a la aristocracia, mientras que la mayoría de la población solía pasar hambre.

La Revolución Francesa marcó un punto de inflexión en la gastronomía europea. Surgieron los restaurantes, se extendió el uso de la conserva de alimentos y proliferó la literatura gastronómica, no ya en simples recetarios, sino en obras de investigación y divulgación, de teoría y ensayo.

En el siglo XX ha tenido una especial relevancia la industria conservera y la elaboración de alimentos precocinados, así como la tendencia a la comida rápida y los preparados para microondas. La cocina regional, favorecida por el avance de los medios de transporte y el auge del turismo, que conllevó el retorno a una cocina natural y sencilla, hecho que marcó el punto del arranque de la

nouvelle cuisine, que aúna la tradición y la sencillez con los nuevos adelantos y un cierto afán de innovación y experimentación.

ii. Gastronomía del Ecuador

La gastronomía de Ecuador se caracteriza por su gran diversidad, la cual varía de acuerdo a cada región geográfica. Las tres principales regiones gastronómicas del Ecuador son: costeña, andina y amazónica.

1. Región Costa

Esta región, es la que posee maravillosas playas y su clima es tropical, sus comidas típicas normalmente tienen ingredientes tales como plátano, arroz, pescado, pollo, carne de res y de cerdo.

El encebollado de pescado es un plato típico que se prepara con pescado sancochado, cebolla, yuca y especias, muy delicioso y bajo en grasas. Los ceviches pueden ser de pescado, camarón, concha, cangrejo, pulpo, langosta.

Los arroces rellenos, como el arroz con camarón, cangrejo, concha, arroz mixto y arroz marinero, también son una buena opción al momento de ir a las playas; al igual que la sopa de mariscos.

Entre las comidas que poseen plátano están la cazuela de mariscos y el sango, donde la diferencia entre estas es que la cazuela es preparada en pequeñas cacerolas de barro.

El seco de pollo, caldo de gallina, el arroz con menestra acompañado de carne, pescado o embutidos y arroz con pollo y caldo de bolas de verde son recetas preparadas en las partes de la costa que están menos cercanas a las playas.

Existe un plato típico llamado Guatita, hecho con el estómago de la res, que es original de la Sierra, pero en la Costa se le ha dado un toque único, convirtiéndose en parte de esta región también.

Se tienen las famosas banderas, que son platos con dos o más de estas comidas mencionadas anteriormente. De estas banderas la más mencionada es el Guatallarín, que contiene arroz en medio y en cada lado del arroz va una porción de guatita y una de tallarín.

Entre los entremeses se tienen las tortillas de verde, machines de yuca, patacones, maduro y verde asados, bollos de pescado, entre otros. Los jugos más seleccionados por los costeños son jugo de naranja, limón, maracuyá, piña y los que contengan frutas tropicales.

2. Región Sierra

El clima de la Sierra en la mayoría de sus provincias y ciudades es frío y por lo tanto no se tienen las mismas cosas que en la Costa, motivo por el cual sus platos típicos contienen ingredientes como la papa, yuca, granos, arroz, carnes como la de cuy, conejo, borrego, res, cerdo, chivo y pollo.

Los Yapingachos, son tortillas de papa, bañadas en salsa de maní y acompañados de longaniza, un huevo frito y salsa de cebolla y lechuga. El Yahuarlocro o caldo de sangre es una sopa que se hace con papa, carne de

borrego y una salsa hecha con la sangre del borrego; tal vez una de las comidas típicas más viejas conocidas en Ecuador.

El cuy, conejo asado y el hornado de cerdo acompañados de papa o mote, salsa de cebolla y lechuga son platos muy solicitados. Los locros de papa y de granos, son sopas de queso también preparadas en la serranía.

El caldo de pata, donde se utilizan las patas de la res, mote y garbanzo para su preparación. La Fanesca es un platillo que se prepara con pescado salado y varios granos de la Sierra y se consume el Viernes Santo. Entre sus piqueos están las humitas, empanadas de morocho, colada morada, entre otros. El jugo de caña se lo obtiene de la caña de azúcar y lo exótico de este jugo es el nivel de fermento al momento de consumirlo.

3. El Oriente y la Región Insular

La gastronomía en estas regiones es menos amplia, pero también se pueden encontrar comidas deliciosas y muy originales como Zarapatoca, que se prepara con carne de tortuga; Uchumanga, que es con intestinos de ciertos animales y el Cazabe, que es con yuca.

En cuanto a la región Insular o Galápagos, sus comidas típicas son las mismas que se preparan en los lugares donde hay playas y los mariscos son la especialidad. Todas las recetas originales de Ecuador guardan una historia que revela las costumbres de los ecuatorianos.

e. RESTAURANTES

Es un establecimiento donde se sirven alimentos y bebidas. Los llamados como tal, funcionan generalmente en las horas de almuerzo y cena, mientras que los que se especializan en el servicio de desayuno se les califican como cafeterías. Los precios de los alimentos son de acuerdo a la categoría del establecimiento, que varía según el lugar donde se halle situado, la comodidad de sus instalaciones y la calidad de sus servicios.

Existe una serie de categorías intermedias, desde la más modesta fonda que sirve un menú, o sea, una serie de alimentos únicos por un precio fijo y en mesas comunes, hasta el más lujoso restaurante a la carta, donde el cliente elige su menú y paga de acuerdo con el servicio y la calidad de los platos que consume. El clásico restaurante está atendido por un equipo de mozos o camareros, a las órdenes de un maître, que es el oficial o jefe. Este recibe a los clientes, está atento a todo lo que pasa en las mesas.

i. Origen de los Restaurantes

En la antigüedad, las iglesias y los monasterios tenían por costumbres albergar los viajeros y alimentarlos aceptando algunas donaciones a cambio. Esta situación fue aprovechada por comerciantes de la época para crear establecimientos especializados en la venta de comidas y bebidas. En Egipto también durante ese mismo período existían las posadas, donde ofrecían habitaciones y comidas a los viajeros que se detenían con sus caravanas.

El término “RESTAURANTE” es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían bebidas y comidas como algo distinto a las posadas, tabernas y casas de comida.

Su éxito fue inmediato y numerosos restaurantes fueron abiertos. Eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número. En otros países, el restaurante, tal como lo conocemos hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos, con éste nombre comenzaron a competir con los hoteles ofreciendo abundantes comidas, elegantemente servidas y a precios razonables.

En Londres el primer restaurante se abrió en 1873. En España y otros países de Restaurantes Nueva York Demonico's habla Castellana, también comenzó a propagarse el nombre de “RESTAURANTE”, como un tipo de establecimiento que se dedicaba en especial a servir comidas.

Hoy la palabra “FONDA” designa a un restaurante, generalmente muy modesto. Las tabernas llegaron al continente americano con los colonizadores.

El primer restaurante de Estados Unidos se llamó DELMONICO'S, siendo ubicado en la ciudad de Nueva York. Este establecimiento servía comidas y bebidas además poseía una cajera, fue el primero de una cadena de doce establecimientos DELMONICO'S. Entre 1880 y 1890, FRED HARVEY y JOHN

R. THOMPSON fueron los primeros en establecer las grandes cadenas de restaurantes.

Para dar respuesta a la demanda de los numerosos restaurantes, en las grandes ciudades se vieron en la obligación de crear escuelas especiales donde se impartía una enseñanza profesional para preparar personal práctico en las distintas tareas de estos establecimientos, desde personal subalterno, como: Cocineros, Camareros, Empleados de escritorio, etc., hasta personal superior como Maîtres, Chefs y Gerentes.

ii. Historia de los Restaurantes

El término restaurante proviene del francés «restaurant», palabra que se utilizó por primera vez en el París de 1765, a pesar de que anteriormente ya existían locales que calzaban con dicha definición.

En castellano, «restaurant» significa «restaurativo», refiriéndose a la comida que se ofrecía en el siglo XVIII (un caldo de carne). Otra versión del origen de la palabra restaurante para denominar las casas de comidas, la encontramos también en Francia. De esa última palabra del eslogan derivaría el término restaurante. La palabra se extendió por toda Europa. En algunos países se modifica a "Restorán", "Restaurante" o "Restauracja" (en Polonia).

iii. Clasificación de los Restaurantes

Al igual que los hoteles, los restaurantes también reciben una clasificación basada en varios conceptos: instalaciones, servicios, menús, etc. Siendo el servicio de los camareros en las mesas uno de los criterios más valorados.

Muchos países no cuentan con reglamentos ni estándares de clasificación para los restaurantes.

1. Restaurantes de lujo (cinco tenedores)

Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y, contar con políticas internas y externas para su manejo. Son adornados generalmente con maderas muy finas, las mesas y las sillas deben estar acordes a la decoración; alfombras de muy buena calidad, la música (viva o ambiental) debe ser suave, las luces (focos y lámparas) deben ser graduables y el aire acondicionado debe ser controlado por termostato.

Los alimentos y las bebidas tienen obligatoriamente que ser de la más alta calidad, la higiene debe reinar en todas las áreas: salón, cocina, baños y, por último, el personal debe estar debidamente uniformado. El personal de servicio además de estar capacitado para cada función debe ser entrenado periódicamente para garantizar un servicio eficiente y elegante. Además se deberá contar con:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Guardarropa y vestíbulo o sala de espera.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.

- Teléfono en cabinas aisladas y teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Aire acondicionado.
- Servicios sanitarios con instalaciones de lujo, independientes para damas y caballeros.
- Decoración en armonía con el rango del establecimiento.
- Buffet frío a la vista, en el comedor (opcional).
- Accesorios diversos: carros para flamear, mesas auxiliares, cubre fuentes.
- Cocina equipada con almacén, bodega, cámara frigorífica, despensa, oficina, hornos, gratinador, parrilla para pescados y carnes, fregaderos, extractores de humos y olores.
- Carta con variedad de platos de la cocina nacional e internacional y carta de vinos amplia modificada periódicamente.
- Personales debidamente uniformados.
- Cubertería de acero inoxidable o de plata.

2. Restaurante de primera (cuatro tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal.
- Sala de espera.
- Guardarropa (en países fríos).
- Teléfono inalámbrico.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.

- Aire acondicionado, calefacción y refrigeración.
- Mobiliario y decoración de primera calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

3. Restaurantes de segunda (tres tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la persona de servicio.
- Guardarropa.
- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Mobiliario de calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior.
- Carta en consonancia con la categoría del establecimiento.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Servicio personalizado.
- Cubertería de acero inoxidable.

4. Restaurante de tercera (dos tenedores)

- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Teléfono inalámbrico.
- Mobiliario adecuado.
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y mantelería con servilletas de tela o papel.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con fregadero con agua caliente, cámara frigorífica o nevera, despensa y extractor de humos.
- Personal de servicio uniformado al menos con chaqueta blanca.
- Carta sencilla.

5. Restaurantes de cuarta (un tenedor)

- Comedor independiente de la cocina.
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza y vidrio, cristalería sencilla, servilletas de tela o papel.
- Servicios sanitarios decorosos.
- Personal perfectamente aseado.
- Carta sencilla.

iv. Tipos de Restaurantes

Esta clasificación se hace tomando como base el tipo de comida que sirven además de su metodología de servicio.

1. Restaurante Buffet

Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos). Surgido en los años 70, apareció en los hoteles la tendencia de los restaurantes exclusivos para buffet siendo una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona sin ninguna dificultad.

Esta modalidad ha servido de gran ayuda en la actualidad para poder alimentar a grandes grupos de turistas en los hoteles con servicios personalizados. Los comedores en los hoteles de las playas son de grandes dimensiones donde se colocan las bandejas con diferentes tipos de alimentos, en varios contenedores especiales con calentadores, refrigeradores para mantener los alimentos a la temperatura adecuada para que el cliente este como en su casa.

2. Restaurante de alta cocina o gourmet

Los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa. El pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son cocinados al momento. El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos que consume. Existen mozos o camareros, dirigidos por un Maître.

El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.

3. Restaurantes de especialidades (temáticos)

Son restaurantes que se especializan en un tipo de comida como los de Mariscos, los Vegetarianos, los Steak Houses, cuya especialidad es la de carnes. Estos incluyen también los de nacionalidades, que se especializan en la cocina de un país o región determinada como las siguientes cocinas:

- Cocina Francesa
- Cocina Italiana
- Cocina Mexicana
- Cocina Española
- Cocina China
- Cocina Tailandesa
- Cocina Europea, etc.

4. Restaurantes de comida rápida

Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas fritas, pizzas, pollo, hot-dog, bebidas, entre otros.

5. Comida para llevar Take – away

Son establecimientos que ofertan una gran variedad de primeros platos, segundos platos, variedad de aperitivos, los cuales se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición para mantener y conservar el producto. El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús.

Dentro de los take-away podemos encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los fast - food, la vajilla y el menaje que se usa son recipientes desechables.

6. Grill

Tipo de restaurante orientado a la cocina americana donde se sirven carnes, pescados y mariscos a la plancha y a la parrilla. El servicio debe ser rápido y eficiente en estos establecimientos y la decoración muchas veces de orientada al estilo Oeste americano.

7. Restaurantes de Lujo

Donde se necesitan chefs profesionales para realizar comida de primera, y de calidad en donde se necesitan camareros, salones, etc.

8. Restaurantes técnicos

Se encargan de la comida típica de la región.

V. Tipos de Servicios

1. Servicio Francés

Se asocia generalmente a la gastronomía francesa, aunque hoy en día es poco empleado incluso en Francia, más allá en los restaurantes clásicos de alto nivel.

La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en la cocina del restaurante en presencia del cliente.

Los ingredientes se traen de la cocina y se le muestran al cliente para su inspección. Posteriormente, son devueltos a la cocina, donde se preparan de una pieza. Una vez cocinados, el maître los presenta a los comensales, que eligen la cantidad que desean comer, de manera que el maître prepara la ración delante de los clientes y la sirve en su plato, sirviendo siempre por la izquierda.

Este tipo de servicio precisa gran habilidad del personal para ser eficaz, y aun así requiere gran cantidad de personal; los camareros deben estar familiarizados con los ingredientes del menú y los métodos de preparación para dar explicación breve al cliente. El servicio francés es por todo ello muy caro y sólo se emplea en los restaurantes de más alto nivel, por el personal calificado que da su servicio.

2. Servicio a la Rusa

Pese a su nombre, parece ser que se originó en Francia a principios del siglo XIX, probablemente como servicio de mesa del embajador ruso Alexander

Curación. Al sentarse a la mesa, los comensales encuentran con un plato vacío el plato de servicio – sobre el que se coloca una servilleta, así como toda la cubertería necesaria, a excepción de cubiertos de postre y en algunas ocasiones, cubiertos específicos como los cuchillos de carne o pescado.

Se espera del comensal que nada más sentarse coloque la servilleta sobre su regazo. Tras elegir aquello que se va a comer, se retira el plato de servicio y se van trayendo los platos encargados siguiendo un orden específico usualmente: sopa y entremeses, primeros y segundos platos, postres.

Los platos son servidos totalmente preparados y presentados, sin requerir ninguna acción por parte del servicio. Usualmente, según se vaya acabando de comer un plato, éste es retirado y sustituido por el siguiente sin esperar al resto de comensales, aunque esto se vea afectado por los tiempos del comedor y cocina; además, tradicionalmente se hace esperar para los entremeses y el plato principal.

El maître actúa aquí de jefe de sala, pero no toma parte activa en servir platos, los camareros sólo tienen que servir un plato ya preparado, por lo que se requiere de todo el personal una menor formación. El chef y el personal de cocina son los encargados de la preparación, del empacado y la presentación, y en general tienen mayor protagonismo que en el servicio a la francesa. Es por ello que este servicio, mucho más dinámico, es el más empleado hoy en día.

3. Servicio a la inglesa

En este servicio, el cliente se encuentra una mesa con un plato de servicio vacío y toda la cubertería necesaria, pero a diferencia del servicio a la rusa, en este

caso el camarero sirve los alimentos al cliente desde una fuente o bandeja. Los alimentos se sirven por la izquierda.

La presentación de plato se pierde, y como el servicio es muy incómodo tanto para camarero como para comensal, el servicio a la inglesa sólo es empleado en algunos banquetes.

4. Servicio Americano

Así llamado al servicio sencillo asociado principalmente a los restaurantes estadounidenses, una simplificación del servicio a la rusa. La característica que distingue este servicio es su rapidez, la comida se prepara en la cocina y un camarero la lleva a la mesa de los comensales.

Los entremeses se reducen al máximo y las reglas del servicio son muy sencillas. Servir los alimentos por la derecha, las bebidas por la derecha y retirar los platos por la izquierda.

No se requiere de mucho personal porque el servicio no es complicado; este servicio lo encontramos en cafeterías, almacenes comerciales y en la mayor parte de los restaurantes.

5. Servicio de alimentos

Un servicio de alimentación es aquel establecimiento o empresa donde se preparan y sirven alimentos a personas que lo solicitan es todo lugar permanente

o de temporada destinado a la elaboración, manipulación, suministro y comercio de alimentos.

Entre los servicios de alimentación están los restaurantes, cafeterías, bares, cantina, fonda, servicio institucional, expendios y que afines de alimentos servidos en el local.

El objetivo de un servicio de alimentación es brindar al cliente alimentos bien preparados de la mejor calidad a un precio justo, bajo estándares de sanidad y buen servicio.

La mejor manera de lograr un buen servicio de calidad es:

- Preparar los alimentos según las normas de higiene y salud.
- Disponer de los alimentos de la región o de temporada.
- Que el costo sea apropiado al nivel socio económico de los comensales.
- Preparar los alimentos en el tiempo oportuno.
- Manejar la calidad de acuerdo a las normas universales de la gastronomía.
- Contar con el personal capacitado.
- Mantener los equipos adecuados.

vi. Áreas de un Restaurante

1. Diseño de espacios

El diseño de espacios y ubicación de equipos así como la decoración de zonas en contacto con el cliente, que brinde la máxima rentabilidad para un funcionamiento ágil, rápido y eficaz que cumpla con las normas de seguridad laboral y alimenticia. Además que brinde una buena comunicación entre las distintas áreas, para que haya coordinación de tareas comunes es decir que facilite el trabajo en equipo para dar una buena atención al cliente.

2. Suelos

Son la base de un restaurante desde un punto de vista estético y funcional ya que sobre ellos transmitan los clientes y trabajadores, se colocan equipos de cocina, sillas, tableros, mesas y mobiliario en general.

3. Paredes

El diseño de los colores deberán traer consonancia con la decoración elegida, con el ambiente que se pretenda conseguir, cuando el espacio es muy reducido, se debe utilizar espejos para dar una sensación de amplitud.

4. Techos

El techo es la parte más esencial de una casa (una casa sin techo no puede ser considerada casa). Este es la parte que más cuesta, por el área y orientación es

la parte más expuesta a los elementos y es la responsable principal del confort interior y de los daños ocasionados durante terremotos y huracanes.

Ya que los aspectos tradicionales, no técnicos son importantes en el diseño de techos, estos no pueden ser tratados en un libro orientado tecnológicamente. Si son altos evitan la concentración de humos, no obstante si su altura es excesiva no se verá vistoso lo cual deben ser colocados de acuerdo a la estructura de las paredes.

5. Iluminación

Es muy importante y se debe procurar utilizar la luz natural, por ser la más barata, la exigencia es que para poder trabajar de forma eficiente y segura las zonas de circulación así como las escaleras, corredores, pasillos y peldaños deberán tener mayor iluminación que las zonas de las mesas.

6. Comedor

Debe tener instalaciones adecuadas donde el cliente pueda ubicarse confortablemente, la forma debe ser lo más correcto posible, permitiendo realizar montajes por lo que se deben evitar vigas, pasillos, recovecos, que impidan aprovechar el espacio disponible.

Deberá estar situado en un lugar más próximo a la cocina para evitar demoras en el servicio y separados por doble puertas batientes, que cumpla las funciones de aislamiento térmico acústico, de humos y olores.

7. Puerta principal

Cerca de la entrada se deberá colocar un mueble tipo aparador donde permanezca el libro de reservas y un teléfono con un timbre discreto para la toma de reservas y mensajes.

Es el área donde se recibe al cliente, si el restaurante dispone de un hostes esta deberá permanecer allí durante todo el servicio para recibir y despedir a los clientes con un trato muy amable y solo se desplazara para conducirlos hasta sus mesa. En caso el Maître nunca deberá descuidar la puerta aunque se desplace por el salón para supervisar las mesas, de esta manera controlar.

8. Baños

Los servicios higiénicos deben estar en un extremo del salón del comedor para el uso exclusivo de los clientes y otros deben estar en el área de producción para los trabajadores, lo ideal es que haya la puerta de acceso común, tanto para las damas como para los caballeros. Esta puerta debe dar acceso a una pequeña sala donde estén las dos puertas de los aseos.

9. Salones privados

Se puede destinar parte de salón para algún reservado independiente, modalidad que cada día se utiliza por la clientela de restaurante.

Es aconsejable que este salón este separado del principal por una cortina o puerta corrediza para mayor privacidad.

10. Office

La comunicación entre la cocina y el salón de servicio resulta ideal cuando se respeta un pasillo entre ambos, con suficiente anchura para que sirva de cámara aislante de ruidos y temperatura. A este pasillo se le llama Office.

Las puertas deberán ser dos en la entrada de cocina y dos en la entrada del comedor, estableciendo una dirección de entrada y otra de salida; ésta debe tener una ventana de cristal, que permita ver, si alguien por error, circula en sentido contrario.

En el Office generalmente se encuentra la oficina del Maître, algunas veces el bar servicio o la cajera, y es el área donde los camareros almacenan la mayor parte del material de trabajo.

vii. La cocina y sus áreas

No podemos dejar de hacer una breve introducción acerca de la cocina y sus principales áreas, sobre todo las áreas que los camareros deben acceso para poder desarrollar su trabajo. La cocina es la zona industrial de un restaurante, o sea, el área de producción, donde se elaboran los alimentos que serán servicios en el comedor.

La cocina cuenta con un personal dirigido por un “Chef” o “Jefe de Cocina” asistido por un “Sous Chef”, seguido de los jefes de partida, cocineros y ayudantes.

Los encargados de la limpieza de la cocina y el lavado de los materiales para el servicio se le llaman “Steward”, dirigidos por un Chef Steward, el cual se reporta al Chef Ejecutivo.

Los grandes hoteles con varios tipos de restaurantes, disponen de pequeñas cocinas para suplir los alimentos de éstos y de una cocina central grande con almacenes de abastecimiento para suplir a las demás.

En estas grandes cocinas se preparan los alimentos del restaurante principal y de los salones de banquetes. En los diferentes restaurantes se nombra a un Chef o Encargado para cada área de cocina, los cuales se reportan al Chef General (Chef Ejecutivo) para resolver cualquier problema que se dentro de la institución.

- **Cocina caliente**

Es el área donde se encuentran las estufas, los diferentes tipos de parrilla, freidoras, salamandras, baño de María, para realizar generalmente los diferentes platos.

- **Cocina fría**

Donde se preparan todos los platos fríos, tales como ensaladas frías, decoraciones en frutas y fiambres. También las cámaras para conservar los vegetales y las cámaras frigoríficas para almacenar los productos que se emplearán en la cocina caliente, tales como las carnes, pescados y mariscos.

- **Área de café**

Donde están ubicadas las cafeteras y máquinas de café. Se encuentra generalmente muy cerca del Office y allí es donde se debe montar un Mise - en place para los distintos tipos de café.

- **Pastelería o repostería**

Donde se preparan la mayor parte de los postres que se sirven en un restaurante.

- **Panadería**

Regularmente la panadería, pastelería y heladería comparten una misma área, con un mismo encargado, pero en los grandes hoteles por su magnitud, se hace necesario manejar estos por separado.

vii. Área de entrega de comandas y recepción de pedidos

“**El Pase**”, es como se le acostumbra llamar a esta área donde los camareros entregan la comanda y reciben los platos. Regularmente habrá un supervisor de cocina llamado ocasionalmente Chef de partida, responsable de recibir y cantar la comanda, para de esta forma hacer marchar los alimentos.

Siempre que haya un supervisor a cargo del “pase”, éste será el intermediario entre los camareros y los cocineros de las diferentes áreas. Éste avisa también cuando deben salir los platos, los supervisa y los entrega personalmente a los camareros. En establecimientos donde funcione un sistema computarizado, el pedido se digitará desde la estación de servicio y se recibe en cocina mediante un impresor instalado en esta área.

Los platos donde serán servidos los manjares calientes, se tienen previamente calentados, manteniéndolos en la mesa caliente, la cual está prevista de una lámpara con luz infrarroja. Al momento de salir los platos, también se colocan allí, hasta que vayan por ellos los camareros y no tener ningún inconveniente.

f. REQUISITOS Y OBLIGACIONES DEL MANIPULADOR DE ALIMENTOS.

El manipulador de alimentos, como agente activo en la cadena alimentaria, tiene un papel determinante en la seguridad y salubridad de los alimentos.

La Ley define como manipulador de alimentos toda aquella persona que por su actividad laboral tiene contacto directo con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio.

Formación específica e higiene son dos de los pilares fundamentales en la manipulación de alimentos. Algunos de los requisitos para este tipo de profesionales hacen referencia a la formación en higiene alimentaria. En este contexto, las empresas del sector alimentario deben garantizar, mediante programas de formación continuada adecuados a su actividad, que los manipuladores de alimentos dispongan de los conocimientos necesarios para desarrollar unas correctas prácticas de manipulación.

Además, se deben cumplir las normas de higiene en cuanto a actitudes, hábitos y comportamiento. Así, las manos son el vehículo principal de transmisión, por lo que se han de lavar tan a menudo como sea necesario y en un lugar especialmente preparado para este fin.

Se deben lavar entre la manipulación de diferentes tipos de alimentos o alimentos crudos y cocinados, después de manipular desperdicios o basuras, después de tocar utensilios sucios o ajenos a la actividad desarrollada, después de un periodo de descanso y muy especialmente después de comer o fumar y por supuesto tras usar el WC o sonarse la nariz y siempre antes de incorporarse al puesto de trabajo.

Estas normas de higiene incluyen no fumar, comer ni masticar chicle mientras se manipulan alimentos, y tampoco estornudar o toser sobre ellos: la saliva es un excelente vehículo de transmisión de microorganismos.

Tampoco deben llevarse anillos o pulseras durante el desarrollo de la actividad, ya que se evitará que puedan entrar en contacto directo con los alimentos y contaminarlos. Una herida o corte que pueda ponerse en contacto directa o indirectamente con los alimentos es un peligroso foco de contaminación por lo

que siempre ha de ser desinfectado y protegido con un vendaje impermeable apropiado.

Por último, debe evitarse la presencia no justificada de personas ajenas a la actividad de la empresa en los locales donde ésta se desarrolle y en cualquier caso estas personas deberán en todo momento respetar las normas relativas a la higiene. Si se sufre cualquier enfermedad susceptible de contaminar o ser transmitida a través de los alimentos (heridas infectadas, infecciones de la piel, diarrea o trastornos gastrointestinales, entre otros), debe informarse a los responsables para valorar el riesgo y establecer las pautas que se seguirán

i. Otras consideraciones

Es importante mantener un grado elevado de aseo personal, llevar una vestimenta limpia, utilizar cubrecabezas y calzado adecuado. Ponerse especial cuidado con la higiene de manos, uñas, nariz, boca, pelo y piel ya que estas zonas transmiten fácilmente microorganismos.

El calzado debe ser adecuado de fácil limpieza y desinfección, deberá tener suela antideslizante para evitar posibles accidentes. En algunos casos y debido al alto riesgo sanitario generado por la actividad, será necesario el uso de mascarillas y/o guantes higiénicos. Conocer y cumplir las instrucciones de trabajo establecidas por la empresa es clave para garantizar la seguridad y salubridad de los alimentos.

g. FACTORES QUE INTERVIENEN EN LAS FUNCIONES DE UNA EMPRESA

i. Tamaño y ubicación

Ubicación de la empresa.- Permite determinar el medio ambiente cercano a una empresa, para prevenir el posible éxito o fracaso de esta.

Tamaño de la empresa.- En México esta clasificación es establecida por la Secretaría de Economía, con base en las ventas anuales y el número de empleados. Estos tipos son el micro, pequeña, mediana y grande empresa.

ii. Misión de la empresa

Amplia.- Dentro de una línea de productos, pero con posibilidades de expansión a otros similares, pero sin perder la naturaleza y carácter de la empresa.

Motivadora.- Que inspire a los trabajadores, pero que no parezca inalcanzable.

Congruente.- Debe reflejar los valores de la empresa, de los directores y de los trabajadores.

iii. Objetivos de la empresa

- Inmediato.- Hasta 1 año
- Corto plazo.- Hasta 3 años
- Mediano plazo.- De 3 a 10 años
- Largo Plazo.- 10 o más años
- Para métrico.- Entre 2 fechas

iv. **Ventajas competitivas**

Ventajas Competitivas.- Peculiaridades del producto o servicio que lo hace especial o innovador, garantizando su aceptación en el mercado.

Distingos Competitivos.- Son aspectos comunes de la “imagen” del producto, ya existentes en el mercado, pero se les dé una atención especial.

v. **Apoyos**

Toda empresa requiere áreas básicas de apoyo

- Área legal (fiscal, laboral, etc.)
- Área de producción y ventas
- Área administrativa.

IV. METODOLOGÍA

a. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

Esta propuesta de proyecto será realizada en Cantón Colta, sector Balbanera en el año 2012.

b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

i. Tipo de estudio

a) Descriptiva

Porque se analiza y describe cada proceso que se llevó a cabo en la investigación. Y el objetivo no es evaluar una hipótesis de trabajo.

ii. Tipo de Investigación

a) Transversal

Porque se aplicó en un tiempo de duración y en un campo, se recolectaron datos en un solo momento, en un tiempo único.

b) No experimental

Porque se observaron situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente; es decir las reacciones en un contexto natural para después analizarlos.

c. POBLACIÓN Y MUESTRA

Los turistas extranjeros, nacionales, y locales que visitan el Malecón Escénico de la Laguna de Colta son de 67.268 (personas) anualmente que hace uso el lugar atractivo.

Para el estudio del proyecto los datos se obtuvo de la revista de rendición de cuentas año 2011 del Ing. Hermel Tayupanda Cuvi alcalde del Municipio del Cantón Colta.

Para obtener la muestra a estudiar se realizó el siguiente cálculo utilizando la siguiente fórmula:

FORMULA DEL MUESTREO

$$n = \frac{Z^2 \cdot PQ \cdot N}{Z^2 \cdot PQ + Ne^2}$$

DONDE:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1.96) puesto que la seguridad $Z\alpha$ es del 95% el coeficiente es 1.96

P= probabilidad de éxito 1- 0.5 = 0.5

N= población 67.268

Q= probabilidad de fracaso 1- 0.5 = 0.5

e = Error de muestra 0.05 (5%)

$$n = \frac{Z^2 \cdot PQ \cdot N}{Z^2 \cdot PQ + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5) \cdot (67268)}{(1.96)^2(0.5)(0.5) + 67268 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{64604.18}{169.13}$$

$$n = 382$$

$$\% M = \frac{382}{67.268}$$

$$\% M = 6$$

Para el estudio de mercado se aplicó la fórmula de muestreo, obteniendo como resultado 382, que a este resultado para sacar el porcentaje se dividió por el número de la población, y se obtuvo como resultado el 6% en donde se requirió encuestar a 23 personas tanto hombres y mujeres con edades entre 18 a 50

años para recopilar la información necesaria y poder tener una seguridad del 95%.

d. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

i. Investigación de Mercado y de Marketing

a) Estudio de mercado

El Estudio de Mercado se realizó con los datos obtenidos de las encuestas, los mismos que se transformaron a través de la tabulación de acuerdo a las variables presentes en nuestra investigación, de la misma forma se realizaron los estudios estadísticos de los datos recopilados para la presentación de resultados.

Para lo cual se realizó las siguientes actividades:

b) Encuesta Socioeconómica, para la Aceptabilidad de la propuesta:

- Se empleó una encuesta a los turistas nacionales y locales para la investigación.
- Se procedió a la tabulación de cada ítem a través de una tabla de frecuencias.
- Para cada ítem de la encuesta se realizó un cuadro estadístico con la utilización del programa EXCEL de cada uno de los porcentajes.

- Para cada ítem de la encuesta se realizó un gráfico estadístico con la utilización del programa EXCEL con cada uno de las frecuencias y sus respectivos porcentajes.
- Se realizó un análisis descriptivo y análisis interpretativo de cada ítem.
- Se realizó una discusión.
- Se obtuvo conclusiones y recomendaciones de los ítems.
- El informe conto con la implementación de metodología adecuada para el estudio y análisis de resultados.

c) Desarrollo de la investigación:

Los instrumentos que se utilizaron en esta investigación son: encuestas y fichas de registro de datos, los mismos que se adjuntan en los anexos y que nos permitirán obtener la información necesaria para el análisis.

ii. Plan de Empresa

1. Aspectos Técnicos

Para realizar el Estudio Técnico se tomó en cuenta las Características de un restaurante.

Capacidad de instalación de acuerdo al espacio físico.

Horarios del personal.

Porcentaje de utilización de máquinas.

Espacios y áreas: distribución de la plata adecuadamente (equipamientos e instalaciones)

Localización: macro y micro localización.

Recetas estándar de los menús.

Inversión (materia prima, diario, semanal, anual), materia prima indirecta, gastos indirectos de fabricación.

Propuesta (plano): Comunicación directa

Para desarrollar los aspectos técnicos del proyecto para la creación de un punto gastronómico en el Malecón Escénico Laguna de Colta, se analizaron los siguientes aspectos: tamaño del proyecto, capacidad de producción, localización, proceso de producción del servicio y proceso de oferta del servicio.

2. Aspectos Jurídicos Mercantiles

La forma jurídica elegida para el proyecto es la sociedad unipersonal o autónoma se realizaron los siguientes: Forma jurídica, requisitos legales para la apertura y funcionamiento, derechos, deberes y obligaciones legales y gastos de constitución.

3. Estrategias de Marketing

Para el proyecto se analizará los siguientes aspectos: producto, precio, distribución, plan de comunicación, estrategias de mercado y competencia.

4. Gestión del Talento Humano

Determinación del talento humano, descripción de los puestos de trabajo, perfil de los trabajadores, costes salariales, organización de la empresa, organigrama de la empresa.

5. Aspectos Económico – Financieros

El plan económico financiero nos permite evaluar la viabilidad financiera y económica del proyecto.

Se analizará a partir de los siguientes aspectos: objetivos empresariales, estructura del balance, estructura situacional económica, estructura financiera, capital de trabajo, cuenta de resultados, costos de capital medio ponderado, ratios económicos, ratios financieros y operativos.

6. Aspectos Ambientales

Impacto ambiental del proyecto, área de influencia y acciones remediales.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

a. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS

i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos en la investigación de mercado y Marketing.

El universo está representado por 67.268 turistas entre hombres y mujeres considerados entre las edades de 18 a 50 años considerados como adultos mayores.

1. Resultados obtenidos en la encuesta

Las encuestas se aplicaron a 23 turistas nacionales y locales obteniendo los siguientes resultados:

Edad del encuestado

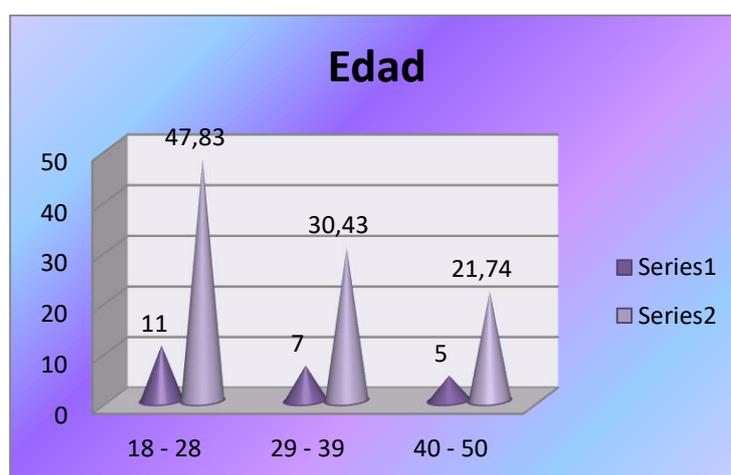
Cuadro N°- 1 Edad del encuestado

Años	Frecuencia	Porcentaje
18 – 28	11	47,83%
29 - 39	7	30,43%
40 - 50	5	21,74%
TOTAL	23	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 1 Edad del encuestado



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 48% de los encuestados para la presente investigación son personas jóvenes, seguido del 30% que son personas adultas y el 22% son personas mayores.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 14 personas están dentro de la edad de 18 a 38 años, seguido de 7 personas entre la edad de 29 a 39 años y 9 personas encuestadas están dentro de la edad de 40 a 50 años.

Sexo del encuestado

Cuadro N°- 2 Sexo del encuestado

Sexo	Frecuencia	Total
Masculino	13	56,52%
Femenino	10	43,48%
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Grafico N°- 2 Sexo del encuestado



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

Se puede observar en el gráfico que la mayoría de personas encuestadas pertenecen al sexo masculino con un porcentaje del 57% que van al lugar atractivo, mientras que el sexo femenino es el 43%.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 13 turistas que visitan la laguna de Colta son hombres, mientras que 10 turistas encuestadas son mujeres que van al lugar atractivo.

1.- ¿Qué turista es?

Cuadro N°- 3 ¿Qué turista es?

Turista	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	9	26,67
Local	14	73,33
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 3 ¿Qué turista es?



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 73% de los encuestados para la presente investigación son turistas locales que hacen uso de los que ofrece el Malecón Escénico Laguna de Colta y el 27% son turistas nacionales que visitan el lugar atractivo.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 14 son turistas locales que visitan el Malecón, mientras que 9 personas son turistas nacionales que vienen a visitar y pasar momentos junto con la familia en la Laguna de Colta.

2. ¿Con que frecuencia visita el Malecón Escénico de la Laguna de Colta?

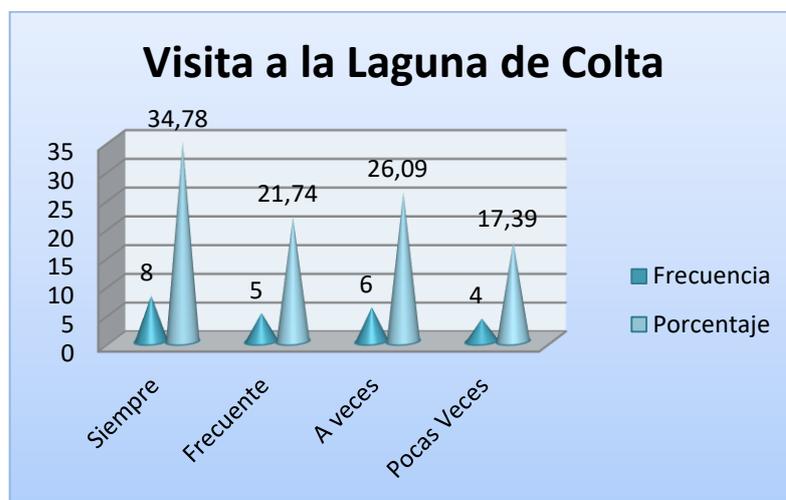
Cuadro N°- 4 Visita del Malecón Laguna de Colta

Visita al Malecón	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	34,78
Frecuente	5	21,74
A veces	6	26,09
Pocas Veces	4	17,39
Total	23	100 %

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 4 Visita del Malecón Laguna de Colta



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 17% de los encuestados para la presente investigación son turistas que pocas veces visitan el Malecón, el 26% son personas que a veces salen a pasear, el 22% son turistas que siempre van al Malecón y el 35% de personas visitan con frecuencia.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 4 turistas visitan pocas veces la Laguna de Colta, 6 turistas están en el lugar atractivo a veces, 8 turistas siempre acuden al Malecón Escénico de la Laguna de Colta con su familia para hacer uso del lugar, mientras que 5 turistas frecuentemente van al lugar atractivo que ofrece el Cantón.

3. ¿Desearía que se cree un punto gastronómico en la Laguna de Colta?

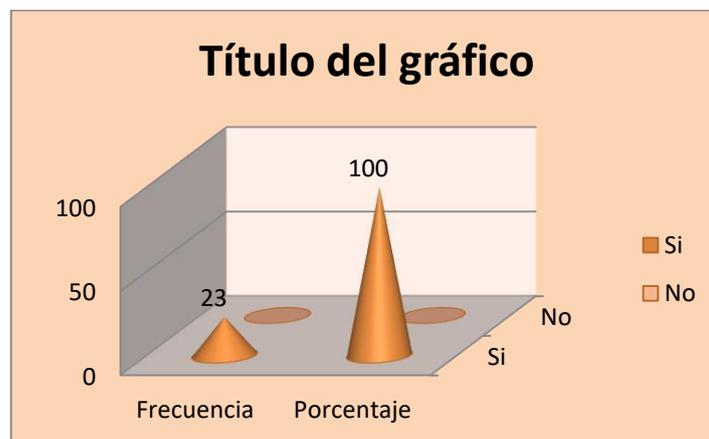
Cuadro N°- 5 Punto Gastronómico

Punto Gastronómico	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	100%
No	0	0%
TOTAL	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 5 Punto Gastronómico



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 100% de los encuestados consideran necesario la creación de un punto gastronómico en la Laguna de Colta.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 23 turistas encuestadas opinan que se cree un restaurante para que brinde sus servicios en la cual para satisfacer las necesidades.

4. ¿Usted prefiere un restaurante de magnitud?

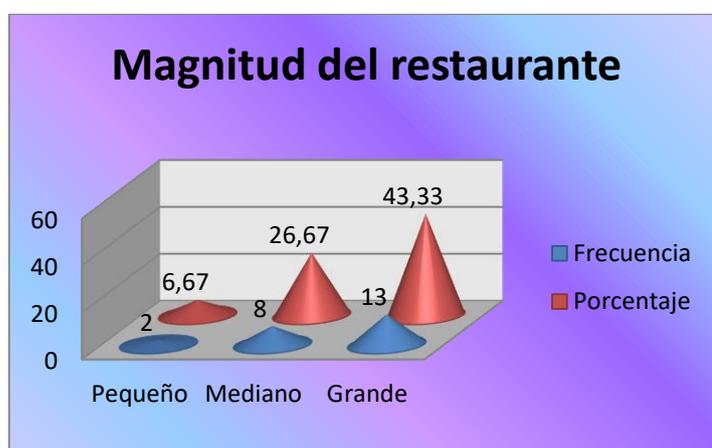
Cuadro N°- 6 Restaurante de Magnitud

Restaurante	Frecuencia	Porcentaje
Pequeño	2	8,70%
Mediano	8	34,78%
Grande	13	56,52%
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 6 Restaurante de Magnitud



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 43% de los encuestados prefieren que se implemente un restaurante grande y completo, el 26% se inclina que un restaurante sea mediano, y el 7% escogen un restaurante pequeño pero que tenga todo para el cliente.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 13 turistas que visitan prefieren la creación de un restaurante grande que ofrezca buena comida y buen servicio, y 8 turistas desean un restaurante mediano que sea completo para pasar un rato junto con la familia, mientras que 2 turistas opinan que se cree un restaurante pequeño y completo.

5. ¿Cuándo usted llega a un restaurante que prefiere?

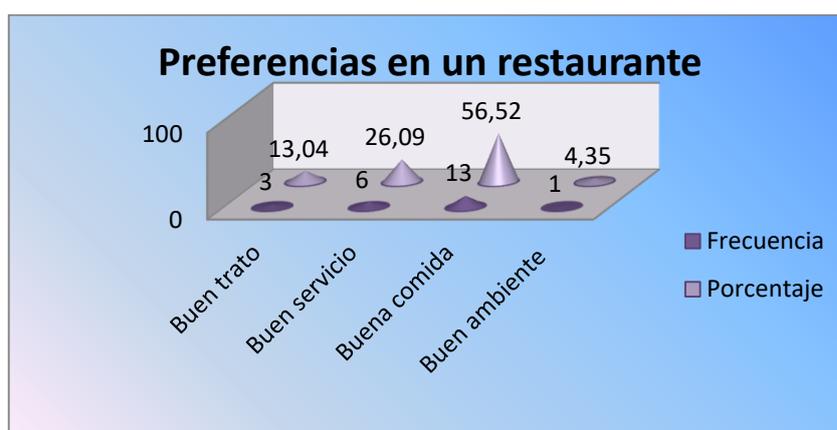
Cuadro N°- 7 Preferencias en un restaurante

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Buen trato	3	13,04%
Buen servicio	6	26,09%
Buena comida	13	56,52%
Buen ambiente	1	4,35%
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 7 Preferencia de un restaurante



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 56.52% de los encuestados prefieren buena comida, el 26% prefieren buen servicio y que sea personalizado, el 13% desean que al ingresar a un restaurante, el trato sea bueno con el cliente y el 4% eligen que brinde un buen ambiente al entrar a un restaurante para poder disfrutar de la comida.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 13 turistas quieren que el restaurante ofrezca buena comida y saludable, 6 personas prefieren un servicio personalizado, los 3 turistas respondieron por un buen trato, mientras que 1 personas opina que el restaurante al momento de ingresar tenga un buen ambiente.

6. ¿Qué tipo de decoración le gustaría a un restaurante?

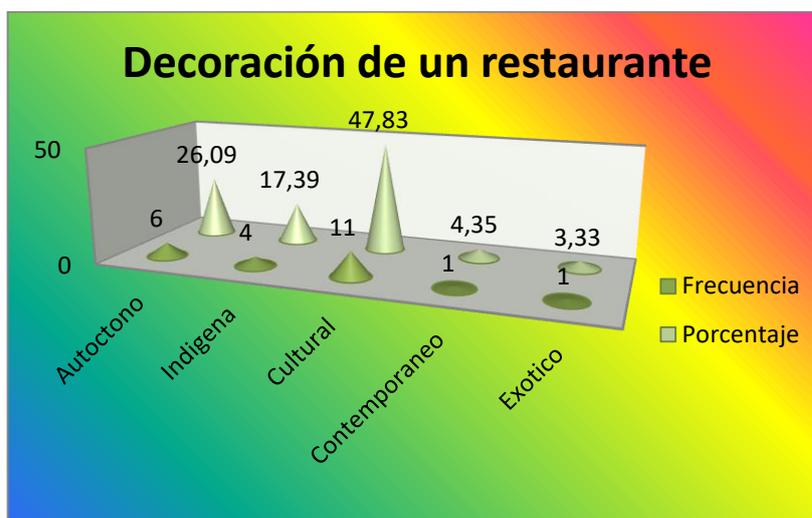
Cuadro N°- 8 Tipo de decoración

Decoración	Frecuencia	Porcentaje
Autóctono	6	26,09%
Indígena	4	17,39%
Cultural	11	47,83%
Contemporáneo	1	4,35%
Exótico	1	4,35%
total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 8 Tipo de decoración



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 37% de los encuestados les gusta que el restaurante tenga una decoración Cultural, el 27% prefieren que la decoración en un restaurante sea indígena propia de la zona, el 27% eligieron la decoración autóctona, el 7% escoge que un restaurante tenga la decoración exótica y el 3% designan decoración contemporánea que tenga el restaurante.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 11 persona prefieren que la decoración de un restaurante sea Cultural, 8 turistas desean que la decoración sea Indígena y Autóctono que demuestre, mientras que 2 turistas quieren que al entrar a un restaurante la decoración sea exótica, y 1 persona opina que la decoración de un restaurante sea contemporáneo.

7. ¿Qué tipo de menú le gustaría que le ofrezcan?

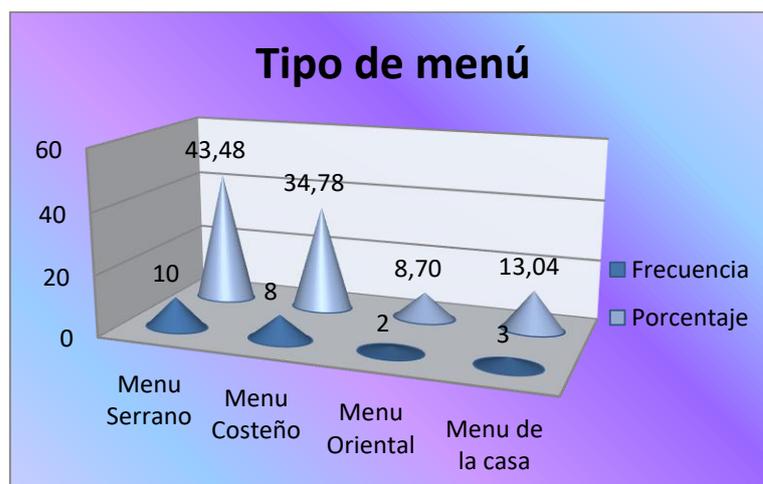
Cuadro N°- 9 Tipo de menú

Tipo de menú	Frecuencia	Porcentaje
Menú Serrano	10	43,48%
Menú Costeño	8	34,78%
Menú Oriental	2	8,70%
Menú de la casa	3	13,04%
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 9 Tipo de menú



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 43% de los encuestados les gusta menú serrano para que no pierda y seguir manteniendo las costumbres y tradiciones de los antepasados, el 35% menú costeño para variar un poco en la comida, el 13% menú de la casa y que sea preparado con productos que ofrece el cantón, y el 9% les gusta menú oriental.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 10 turistas prefieren que el menú sea serrano, a 8 personas les agrada la comida costeña para variar un poco en la alimentación, y 3 turistas desean que los menús de casa, 1 turista prefiere menú oriente.

8. ¿Desearía que un restaurante tenga estacionamiento para vehículos?

Cuadro Nº- 10 Estacionamiento

Estacionamiento	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	100%
NO	0	0%
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico Nº- 10 Estacionamiento



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 100% de los encuestados para la presente investigación prefieren que tenga estacionamiento el restaurante para poder entrar a comer con tranquilidad.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Los 30 turistas opinan que para entrar a comer a un restaurante con tranquilidad, prefieren que tenga un lugar de estacionamiento para vehículos.

9. ¿Cuánto pagaría actualmente por un menú?

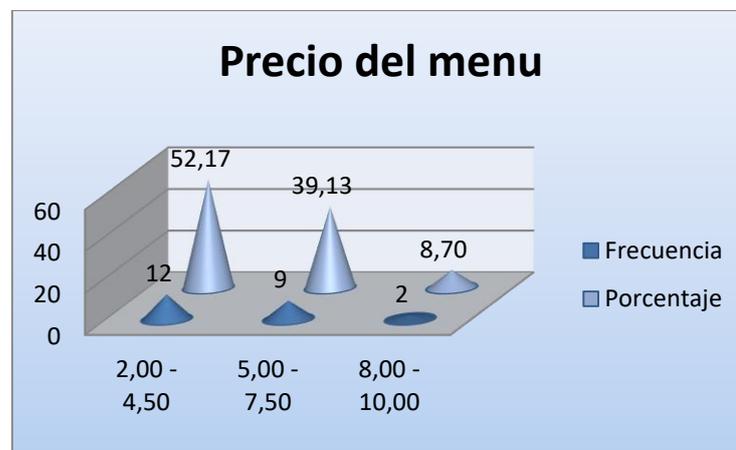
Cuadro N°- 11 Precio del menú

Precio del menú	Frecuencia	Porcentaje
2,00 - 4,50	12	52,17%
5,00 - 7,50	9	39,13%
8,00 - 10,00	2	8,70%
Total	23	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 11 Precio del menú



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 60% de los encuestados están dispuestos a pagar por un menú \$4.50, el 37% de personas opinan que por un almuerzo pagarían hasta \$7.50 y el 3% pagarían hasta \$ 10.00 si el restaurante tiene variedad de platos.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 18 personas encuestadas para la presente investigación están dispuestos a pagar por un menú \$ 4.50, seguido de 11 turistas que pagan por un menú \$7,50 según la variedad de platos que ofrezca el restaurante, mientras que 1 turista está dispuesto pagar \$10 dólares.

10. ¿A través de qué medio usted se informa de este tipo de servicio?

Cuadro N°- 12 Medios de información

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	11	47,83
Prensa	4	17,39
Internet	3	13,04
Radio	5	21,74
Total	23	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Gráfico N°- 12 Medio de información



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

ANÁLISIS DESCRIPTIVO:

El 67% de los encuestados para la presente investigación se informan a través de la televisión, el 13% por medio de la radio y el internet, el 3% prefieren conocer por medio de la prensa y hojas volantes.

ANÁLISIS INTERPRETATIVO:

Un promedio de 20 turistas opinan que cuando se cree el restaurante la publicación sea por la televisión, seguido de 8 personas prefieren que la publicidad sea por internet y radio, mientras que 2 turistas desean que sea por la prensa y en hojas volantes.

ii. **Discusión**

- El perfil del segmento de nuestro mercado son turistas nacionales y locales que visitan el Malecón de la Laguna de Colta, de sexo masculino y femenino entonces conocemos a quien nos debemos dirigir nuestros servicios para promocionar el restaurante.
- En el estudio realizado comprobamos que la mayoría desean que el restaurante ofrezca menú de la serranía ecuatoriana por tener una gran variedad de platos, debidamente preparados, que la salud depende mucho de la calidad de alimentos que consumamos, pero ante todo determinamos una pregunta clave; la cual es conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por el menú, la respuesta es aceptable en su totalidad.
- Muchos de los turistas prefieren que la decoración del restaurante sea cultural, en la cual se ofrezca buena comida, buen trato y un buen servicio. Además que tenga un estacionamiento de vehículos, para entrar a comer con tranquilidad en familia y no estar preocupados.
- La información obtenida de este estudio nos demuestra la facilidad de implementar en el Cantón Colta el punto gastronómico, y el sustento para continuar con el desarrollo del presente proyecto.

VI. CONCLUSIONES

- A la mayoría de los turistas encuestados tanto nacionales como locales les pareció interesante que se cree un restaurante dedicado a promover y brindar servicios de alimentación sana y saludable en el Malecón Escénico de la Laguna de Colta.
- La gran mayoría de personas encuestadas en la laguna de Colta, están de acuerdo que en el punto gastronómico ofrezcan menú serrano y que cumpla con altos estándares de calidad, y muy poca acogida de los menús de otras regiones.
- En el Cantón Colta tanto los turistas nacionales, y locales están dispuestos a pagar por un menú el valor de \$ 5.00 lo que da un rango sobre el cual debemos trabajar.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir en los demás estudios del proyecto ya que a los encuestados les pareció que se debe crear un restaurante de este tipo, en todos los restaurantes se debe educar a las personas que trabajan sobre la alimentación sana y saludable además que conozca la importancia de consumir alimentos sanos y balanceados para el mejor desempeño en el lugar de trabajo. Siempre se debe tomar en cuenta el dato del número encuestado para realizar estrategias de promoción.

- Es necesario elaborar menús serranos con productos de calidad sanos, y nutritivos, siempre tomando en cuenta los estándares de calidad tanto en la inocuidad de los alimentos e higiene.

- Es fundamental que todos los trabajadores tomen en consideración que en la Laguna de Colta no existe un restaurante que ofrezca el servicio de alimentación como el que ponemos a disposición, teniendo como principal objetivo la salud y el bienestar de los clientes.

VIII. PLAN DE EMPRESA

a. ASPECTOS TÉCNICOS

i. **Determinación del tamaño de la empresa**

Para determinar el tamaño del punto gastronómico es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Determinar el área de producción con sus respectivos sub áreas.
- Calcular la capacidad del área de producción.
- Establecer los equipos y materiales que se requieren para el funcionamiento.
- Fijar el número de clientes que serán atendidos por el punto gastronómico.
- Determinar la infraestructura del restaurante, el espacio que cuenta para la construcción 49 x 38m² de 1862 metros de los cuales se divide en:

Área de restaurante.- El espacio para el área de cocina es de 7.17 por 7.27 metros, Stewards 2.40 por 3.67 metros, Comedor 26.20 por 25.85 metros Desembarque 7.84 por 6.30 metros, Estacionamiento 49 por 7.6 metros y 14.83 por 6.37 metros, Servicios higiénicos del comedor 6.10 por 5.10 metros, Servicios higiénicos del personal 3.30 por 4.90 metros, mas Vestidores y Guardia 4 por 4 metros.

Área de cocina.- tiene un espacio de 7.17 por 7.27m donde se adecuaran con los siguientes equipos:

Cuadro N°- 13 Equipos del Área de Producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Cocina Industrial	1
Campana extractora de humo y olores	1
Horno	1
Plancha	1
Parrilla	1
Mesas de trabajo	2
Freidora	1
Fregadero industrial 3 pozos	1
Lavamanos	1
Extintor	2

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Área de Stewards: este espacio está ubicado cerca de la cocina para evitar demoras en el momento de almacenar los materiales de cocina, con sus respectivas estanterías para el secado adecuado de la vajilla y estará adecuado con los siguientes equipos.

Cuadro N°- 14 Equipos del Área de Steward

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Fregadero Industrial	1
Lavamanos	1
Estanterías	4
Ventilador	2

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Área de pre - producción.-Sus dimensiones son de 4.60 por 5.34 m y se adecuaran con los siguientes equipos para poder trabajar de una manera cómoda y segura.

Cuadro N°- 15: Área de Pre – Producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Mesas de trabajo	2
Dispensador de papel	1
Dispensador para plástico	1
Estanterías	4
Fregadero	1
Lavamanos	1

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Área de Cuartos fríos: Forma parte del área de pre producción y tiene las siguientes dimensiones 2.80 por 2.40 m, y se implementara un cuarto para

refrigeración y otro para congelación, para mantener los alimentos en buen estado y conservación, los equipos serán los siguientes.

Cuadro N°- 16 Equipos de Cuartos Fríos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Válvula de expansión	2
Compresor	2
Evaporador	2
Condensador	2
Aislante térmico	2
Estanterías	12
Paneles de polímeros sintéticos	8
Puerta hermético	2

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Área de bodega: Tiene un espacio de 3 por 2.40m. Se encuentra frente al área de pre- producción para facilitar la requisición de productos para el área de cocina, en donde se adecuara con los siguientes equipos.

Cuadro N°- 17 Equipos del Área de Bodega

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estanterías	6
Tachos plásticos	12
Congelador	1
Refrigerador	1
Tarros plásticos	6

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

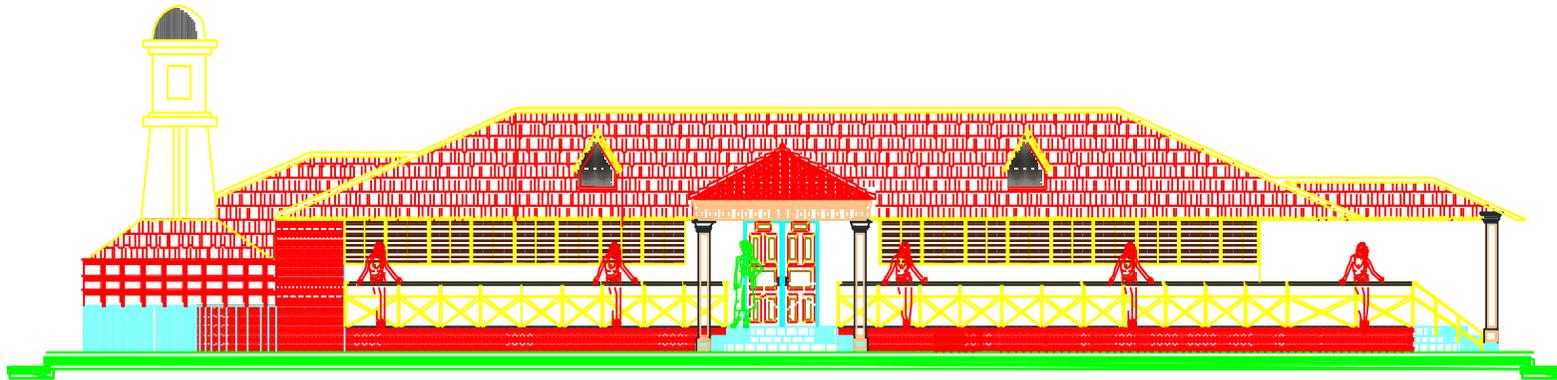
Área administrativa.- Esta área tendrá las siguientes dimensiones 3,65 metros por 4,64 metros. Que estará frente al comedor y junto a los vestidores de los empleados. Para el control adecuado.

Cuadro N°- 18 Equipos del Área administrativa

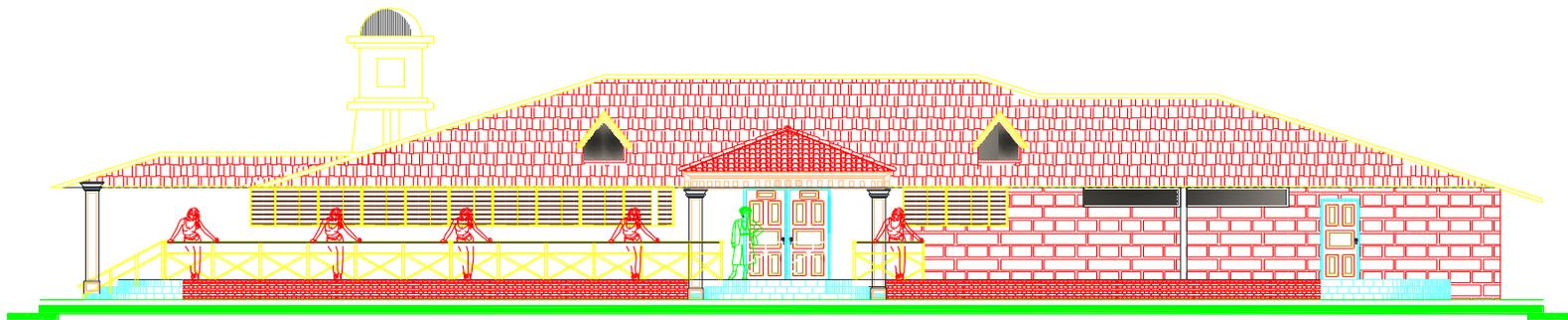
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorios	1
Computadora	1
Lapto	1
Impresora	1
Archivadores	2
Estanterías	2

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Fachada del restaurante “LAS ORILLAS”



FACHADA FRONTAL



FACHADA LATERAL DERECHA

Cuadro N°- 19 Presupuesto General

PRESUPUESTO GENERAL					
ITEM	RUBRO	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
1	LIMPIEZA MANUAL DEL TERRENO	m2	\$ 0.22	1862.00	\$ 400.68
2	REPLANTEO Y NIVELACION MANUAL DEL TERRENO	m2	\$ 0.10	1862.00	\$ 186.20
3	EXCAVACION MANUAL DE PLINTOS	m3	\$ 15.00	28.80	\$ 432.00
4	REPLANTILLO DE H. SIMPLE, F'c = 210 kg/cm2, con concretera	m3	\$ 85.26	1.44	\$ 122.77
5	ZAPATA DE PLINTOS DE H. SIMPLE F'c = 180 kg/cm2, con concretera	m3	\$ 70.00	4.32	\$ 302.40
6	EXCAVACION MANUAL DE CIMIENTOS	m3	\$ 35.00	7.65	\$ 267.88
7	RELLENO DE H. CICLOPEO EN CIMIENTOS (60% de H. Simple, y 40% P. bola)	m3	\$ 60.00	7.65	\$ 459.23
8	ENCOFRADO y DESENCOFRADO DE CADENA	m	\$ 4.50	408.00	\$ 1,836.00
9	HORMIGON SIMPLE F'c = 180 kg/cm2, en cadenas	m3	\$ 68.00	7.65	\$ 520.20
10	MEJORAMIENTO DE SUELO CON PIEDRA BOLA e=0,10 cm	m3	\$ 6.00	186.20	\$ 1,117.20
11	HORMIGON SIMPLE F'c = 140 kg/cm2, en contrapiso, con concretera	m3	\$ 67.00	186.20	\$ 12,475.40
12	ENCOFRADO y DESENCOFRADO DE COLUMNAS	m	\$ 3.20	280.00	\$ 896.00
13	HORMIGON SIMPLE F'c = 210 kg/cm2, en columnas, con concretera	m3	\$ 78.00	17.50	\$ 1,365.00
14	VIGA L = 6.5m A=225cm2	u	\$ 15.00	116.67	\$ 1,750.00
15	INSTALACION DE CUBIERTA	u	\$ 13.00	852.17	\$ 11,078.26
16	CORREAS DE L=6m DE 100X50X20X4 mm	u	\$ 9.00	352.00	\$ 3,168.00
18	MAMPOSTERIA	u	\$ 0.15	16146.67	\$ 2,422.00
19	PROVISION E INSTALACION DE PUERTA METALICA Y MADERA	u	\$ 140.00	30.00	\$ 4,200.00
20	PROVISION E INSLACION DE VENTANAS METALICAS 3,25X0,5 m	u	\$ 50.00	20.00	\$ 1,000.00
21	MASILLADO DE PISOS	m3	\$ 8.90	43.00	\$ 382.70
23	INSTALACION ELECTRICA DE ILUMINACION Y SANITARIOS	pb	\$ 18.00	80.00	\$ 1,440.00
24	PROVISION E INSLACION DE HIERRO ESTRUCTURAL	kg	\$ 1.20	1704.00	\$ 2,044.80
24	ACABADOS	glb	\$ 1,500.00	1.00	\$ 1,500.00
				TOTAL=	\$ 47,866.72

Elaborado por: Ing. Héctor Shagñay

ii. Capacidad de Producción / Capacidad de oferta de servicio

Los datos mencionados anteriormente nos ayuda a determinar la capacidad de producción ya lo que se debe tener en cuenta es el espacio necesario para el equipamiento del área de producción, que es el lugar donde se elaborara y manipulara los alimentos aplicando las debidas normas de higiene.

Entonces contamos con 7.17 m por 7.27m que se destinó para el área de producción. Este espacio fue calculado en base al área de construcción que tenemos disponible para dicha área.

iii. Localización

Macro Localización:

El Punto Gastronómico estará ubicado en el Ecuador en la Provincia de Chimborazo, Cantón Colta.

Mapa de la provincia de Chimborazo



Micro Localización:

La localización del punto gastronómico será en la Provincia de Chimborazo, Cantón Colta, parroquia Santiago de Quito, frente al Malecón Escénico Laguna de Colta. El lugar fue escogido por su ubicación, y que es un sitio estratégico por ser de fácil acceso, además cuenta con todos los servicios básicos, que facilita la construcción.

Croquis de ubicación del Punto Gastronómico de la Laguna de Colta



Malecón Escénico de la Laguna de Colta



1. Características de la ubicación del Punto Gastronómico

- **Espacio físico adecuado.-** El punto gastronómico cuenta con un espacio físico amplio y grande para equiparlo de acuerdo a la estructura del inmueble.
- **Materia Prima.-** Como se encuentra en un Cantón existe la proximidad a los principales supermercados y mercados de la Ciudad de Riobamba.
- **Servicios Básicos.-** Tiene una gran disponibilidad de servicios básicos en lo que se refiere a luz, agua, teléfono y alcantarillado.
- **Vías de Acceso.-** buena accesibilidad de medios de transporte, Panamericana vía Guayaquil y Panamericana Vía a Cuenca.
- **Mano de Obra.-** Existe mano de obra calificada por lo que será fácil al momento de contratar.
- **Nivel Socioeconómico.-** El nivel socioeconómico serán los turistas nacionales y locales que visitan el Malecón Escénico Laguna de Colta, quienes serán nuestros clientes potenciales, lo que asegura la demanda insatisfecha, ya que están dispuestos a pagar por la comida hasta \$5.00 dólares según las encuestas realizadas.

- **Seguridad.-** La seguridad en el cantón es muy buena, para poder estar seguros.

iv. **Proceso de producción del bien/ proceso de la oferta del servicio**

En lo que se refiere al proceso de producción y venta del menú debemos especificar cada punto y paso referencial a tomar para la para que el producto/servicio final tenga la calidad que espera el cliente.

1. **Proceso de producción del bien**

A continuación se detalla paso a paso cada una de las etapas o actividades que se realizan para la obtención del producto final, que ayudara a determinar todos los requerimientos para la producción.

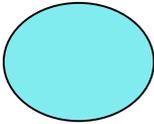
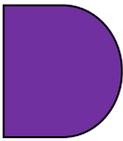
- **Adquirir Materia Prima.-** se necesitara de recurso humano 2 personas encargadas de las proformas de productos, proveedores, especificaciones de compra, recurso financiero, transporte.
- **Recepción de la materia prima.-** se necesita de 1 persona encargada de facturas de los productos que se reciben, equipo para comprobar el peso, menaje para la colocación de los productos en sus respectivos lugares.

- **Verificación de la materia prima.-** se necesita una persona con equipos a disposición para el control de los pesos, para que los proveedores entreguen completo los productos y de calidad.
- **Lavado y desinfección de la materia prima.-** recurso humano 2, servicios básicos, agua, equipos como lavabos, recipiente adecuados, productos químicos adecuados para la desinfección, para mantener en buenas condiciones.
- **Almacenaje de la materia prima.-** recurso humano 2, a disposición equipos, contenedores, estanterías, congeladores, refrigeradores limpios y desinfectados, espacio físico (bodega), inventario de lo que ingresa, y sale los productos para evitar pérdidas.
- **Requisición de materia prima.-**recurso humano 1, formato para la requisición y verificación de cada producto su fecha de expedición y que sean de calidad.
- **Preparación de la Mise en place.-** recurso humano 2 personas, equipos y utensilios necesarios, espacio físico adecuado y desinfectado para cada preparación, servicios básicos.
- **Preparación y cocción de los alimentos.-** recurso humano 3, a disposición equipos y utensilios, espacio físico, servicios básicos.

- **Control de los procesos de producción.-** tanto en condiciones organolépticas como en el control de calidad, recurso humano 1, a disposición formatos para la verificación, equipos y utensilios.
- **Servicio.-** recurso humano 2, saber de la carta del menú para ofrecer al cliente y explicar lo que va en el plato, verificación del pedido antes de servir, despacho al cliente.

Flujograma de proceso de producción y servicio

Gráfico N°- 13 Esquema del Flujograma

	<p>Al símbolo de circunferencia lo tomaremos dentro del diagrama como un indicador de procesos.</p>
	<p>Al símbolo de Rectángulo lo tomaremos dentro del diagrama como un indicador de verificación y control.</p>
	<p>Al símbolo de Flecha lo tomaremos dentro del diagrama como un indicador de transporte.</p>
	<p>Al símbolo de una "D" lo tomaremos dentro del diagrama como un indicador de una demora.</p>
	<p>Al símbolo de Trapecio lo tomaremos dentro del diagrama como un indicador de almacenamiento.</p>

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Figura N°- 1 Flujograma del proceso de compra de materia prima.

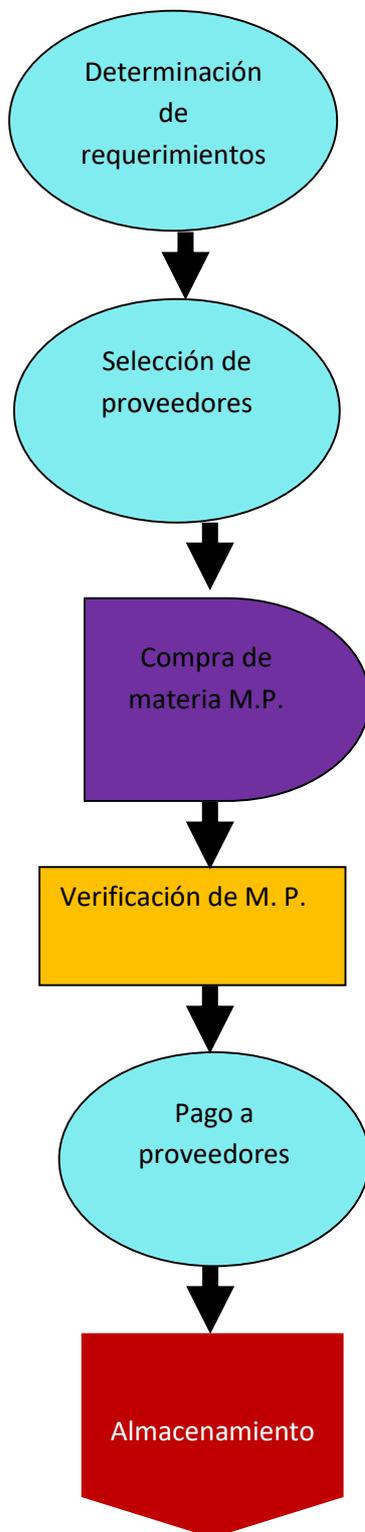
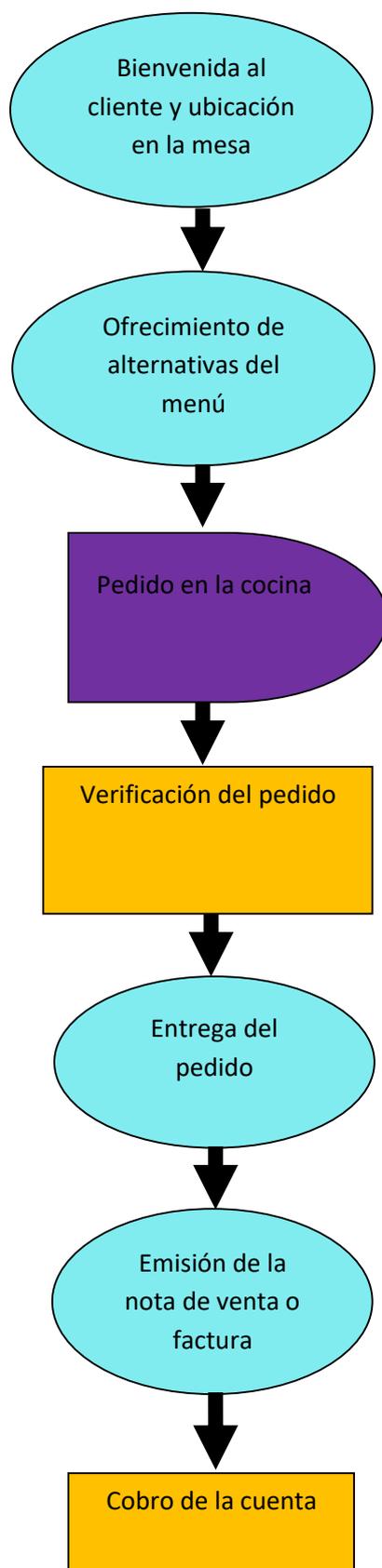


Figura N°- 2 Flujograma del proceso de producción del menú



Figura N°- 3 Flujograma del proceso de servicio



Especificaciones del servicio

El servicio de alimentación que se va a ofertar es un menú de platos nacionales para ello se elaboró una propuesta de menús de la región sierra.

Menú serrano

- Sopa
- Plato fuerte
- Postre

RECETAS ESTÁNDAR

Cuadro N°- 20 Yahuarlocro

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Yahuarlocro		
CODIGO DE LA RECETA:	1	RECETA N.- 1	
Nº DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Menudo de borrego	1	libra	1.50
Sangre de borrego	1	litro	1.00
Papas	3	libras	0.75
Maní	4	onza	0.35
Cebolla blanca	2	unid	0.20
Orégano	1	cita	0.10
Ajo	3	unid	0.10
Pimienta	2	cita	0.05
Aceite	2	cita	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			4.10
COSTO POR PORCIÓN			0.68
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.70
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Lave el menudo, voltéelo el revés o ábralas. Ponga todo en un tazón sin agua, agregue el jugo de dos limones y hojas de hierba buena. Refriegue bien con las manos hasta que salga lo amarillento. Deje un rato así y luego enjuague con abundante agua fría. Luego coloque en la olla de presión hasta que esté suave. Retire el menudo del caldo y píquelo bien pequeño. En una olla grande haga un refrito con aceite, cebolla blanca, culantro, orégano, comino, pimienta y ajo. Luego agregar la papa picada, añada el maní, tapar y dejar hervir por 15 minutos, agregar el caldo de menudo y deje cocinar bien las papas; para retirar agregar el menudo.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 21 Caldo de patas

PUNTO GASTRONÓMICO "LAS ORILLAS"

NOMBRE DEL MENU:	Caldo de patas	
CODIGO DE LA RECETA:	2	RECETA N.- 2
Nº DE PAX:	6	



INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Pata de res	1	libra	3.00
Mote cocido	1	libra	0.60
Garbanzo cocido	1	libra	0.75
Pimiento verde	1	unid	0.10
Cebolla blanca	6	unid	0.50
Cilantro	1	cada	0.10
Ajo	5	unid	0.15
Pimienta	2	cdta	0.05
Sal	1 porción	Al gusto	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			5.30
COSTO POR PORCIÓN			0.88
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			2.20

PREPARACIÓN

1. Cocinar las patas por 2 horas aproximadamente en abundante agua con el pimiento, cebolla blanca y ajo.
2. Retirar el hueso de las patas, cortarlas en trozos pequeños y cernir el caldo.
3. Llevar nuevamente al fuego las patas y el caldo, agregar los garbanzos y motes con parte del líquido de su cocción. Dejar hervir cerca de 30 minutos más.
4. Sazonar con sal y pimienta.
5. Picar la cebolla blanca y cilantro, mezclarlos y servirlos sobre cada plato.

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 22 Caldo de gallina

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Caldo de gallina		
CODIGO DE LA RECETA:	3	RECETA N.- 3	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Carne de gallina	1	kilo	2.50
Cebolla blanca	2	unid	0.15
Zanahoria	3	unid	0.20
Cebolla puerro	1	unid	0.40
Papa nabo	1	unid	0.10
Apio	1	rama	0.10
Perejil	1	rama	0.10
Sal	1	pisca	0.05
Pimienta	1	pisca	0.05
Patata	1	unid	0.25
Cilantro	1	cdta	0.10
COSTO TOTAL M.P.D			4.00
COSTO POR PORCIÓN			0.67
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1,67
<p>PREPARACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En abundante agua cocina las presas de gallina durante aproximadamente dos horas. 2. Hervir hasta que la carne este tierna. Para comprobarlo, pínchala con un tenedor o cuchillo; si el metal penetra fácilmente, es que ya está a punto. 3. Cuando está bien cocida le agregar el resto de ingredientes. 4. Servir caliente y adornar con picadillo. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 23 Sopa de Verduras

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Sopa de verduras		
CODIGO DE LA RECETA:	4	RECETA N.- 4	
N° DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Habas tiernas	300	gr	0,30
Guisantes	300	gr	0,24
Nabos	4	unid	0,60
Zanahorias	4	unid	0,16
Corazones de alcachofa	4	unid	0,60
Puerros	2	unid	0,66
Patatas	6	unid	0,16
Sal	1	pisca	0,05
Cilantro	1	cdta	0,05
COSTO TOTAL M.P.D			2.82
COSTO POR PORCIÓN			0.56
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.40
PREPARACIÓN			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Poner al fuego el caldo de verduras en una olla. Mientras, lavar bien la verdura y cortarla en tiras cortas. 2. Cuando el caldo esté hirviendo, echar toda la verdura (menos los guisantes) y el aceite de oliva, y dejar cocer a fuego lento durante 20 minutos. Añadir los guisantes escurridos y un poco de agua si estuviese espesa, y dejar otros 5 minutos. Corregir de sal y servir caliente. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 24 Sopa de mote

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Sopa de mote		
CODIGO DE LA RECETA:	5	RECETA N.- 5	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Papas medianas	8	unid	0,20
Carne de res	½	libra	0,75
Cebolla blanca	1	unid	0,10
Ajo	3	unid	0,10
Mote cocinado	½	libra	0,30
Maní	¼	libra	0,35
Aceite	2	cdta	0,10
Sal	1	Pisca al gusto	0,05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0,05
COSTO TOTAL M.P.D			2,00
COSTO POR PORCIÓN			0,50
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1,25
PREPARACIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> • Ponga a hervir en una olla el agua y el cubito de sabor. En una sartén dore la carne en el aceite, junto con la cebolla picada y los ajos machacados. • Lleve estos ingredientes al agua hirviendo y cocine 20 minutos, espumando continuamente. A continuación, agregue el mote, las papas peladas y picadas, y el maní, previamente pelado y licuado con poca agua; deje cocinar unos 30 minutos más o hasta que las papas estén suaves. • Sazone finalmente con sal y pimienta. Sirva bien caliente espolvoreado con culantro o perejil picado. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 25 Sopa de lentejas

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Sopa de lentejas		
CODIGO DE LA RECETA:	6	RECETA N.- 6	
N° DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Cebollas medianas	3	Unid	0.25
Patata mediana	3	Unid	0.10
Tomates	4	unid	0.40
Aceite de oliva	3	unid	0.26
Lentejas cocidas	1	libra	1.50
Zumo de tomates	3	vasos	0.37
Fondo de pollo	1	litro	0,50
Sal	1	Pisca al gusto	0,05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0,05
COSTO TOTAL M.P.D			3.48
COSTO POR PORCIÓN			0.58
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.45
PREPARACIÓN			
<p>Ponga en una olla caliente el aceite y dore bien la cebolla picada en cuadros, hágalo hasta que tome un tono transparente, e incorpore el ajo, el comino, agregue el caldo de verduras, porque da un mejor sabor. Ahora ponga el culantro y las espinacas, de preferencia, licuadas o en juliana, deje hervir por unos 2 minutos e incorpore las lentejas escogidas y remojadas, esto es para disminuir su tiempo de cocción, deje hervir hasta que ablande, rectifique la sazón y sírvase caliente su exquisita sopa de lentejas.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 26 Locro de papas

PUNTO GASTRONÓMICO "LAS ORILLAS"			
NOMBRE DEL MENU:	Locro de papas		
CODIGO DE LA RECETA:	7	RECETA N.- 7	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Papas	2	libras	0,50
Cebolla blanca	3	unid	0,20
Ajo	4	unid	0,15
Crema de leche	60	gr	0.60
Queso	80	gr	0,43
Orégano	3	vasos	0,18
Achiote	1	cda	0,10
Sal	1	Pisca al gusto	0,05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0,05
COSTO TOTAL M.P.D			2.26
COSTO POR PORCIÓN			0.57
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.43
PREPARACIÓN			
<p>Poner en agua hervida las papas, dejar un momento hasta que salga la espuma blanca y retirarla, luego poner la cebolla blanca picada y una pizca de aceite dejar hervir hasta que la papa este bien cocinada, de allí agregar la sal, la mitad de la leche, y la otra mitad batir con el huevo y soltarlo en el locro, para continuar con el queso, el achiote, y el orégano. Dejar el último hervor y servirlo.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 27 Crema de espinaca

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Crema de espinaca		
CODIGO DE LA RECETA:	8	RECETA N.- 8	
N° DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Espinacas	300	gr	0.46
Huevos	6	unid	0,60
Bechamel	700	gr	0,50
Queso parmesano	100	gr	0.90
Cebolla pequeña	2	unid	0,12
Nuez moscada	1	gr	0,07
Mantequilla	50	gr	0,30
Sal	1	Pisca al gusto	0,05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0,05
COSTO TOTAL M.P.D			3.05
COSTO POR PORCIÓN			0.51
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.28
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Hervir la carne con el implemento de la cebollas, el ajo, y el aliño que usted desee agregar, cuando la carne este bien cocinado licuar la espinaca y agregar al caldo pero cernido y luego el harina ya diluida en un poco de agua agregar al caldo esperar que espese revolviendo constantemente para que no se le haga grumos o se pegue a la olla cuando haya hervido apagar el fuego y servir con papas fritas, canguil, o pan frito.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 28 Crema de brócoli

PUNTO GASTRONÓMICO "LAS ORILLAS"			
NOMBRE DEL MENU:	Crema de espinaca		
CODIGO DE LA RECETA:	9	RECETA N.- 9	
N° DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Brócoli	300	gr	0.46
Cebolla puerro	150	gr	0,50
Caldo de ave	1	Lt	0.80
Papa	200	gr	0,12
Aceite de oliva	20	gr	0,07
Mantequilla	20	gr	0,30
Crema de leche	150	gr	0.50
Sal	1	Pisca al gusto	0,05
COSTO TOTAL M.P.D			2.80
COSTO POR PORCIÓN			0.46
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.15
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Quitamos la parte verde el puerro, lo lavamos y troceamos en rodajitas. Lo ponemos a pochar en una cazuela con un chorro de aceite y la mantequilla unos cinco minutos. Añadimos entonces las flores de brócoli y la patata cortada en trozos finos y cubrimos con el caldo de ave. Dejamos que cueza durante media hora y pasamos por la batidora con la nata o la crema. Si el caldo está salado no hará falta rectificar ni añadir sal.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 29 Crema de zanahoria

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Crema de zanahoria		
CODIGO DE LA RECETA:	10	RECETA N.- 10	
N° DE PAX:	5		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Pollo	300	Gr	0.80
Cebolla blanca	1	unid	0.10
Pimiento verde	1	unid	0.10
Apio	1	rama	0.10
Aceite girasol	1	cdta	0.18
Zanahorias	4	unid	0.25
Papas	500	Gr	0.30
Ajo	1	unid	0.05
Sal	1	Pisca al gusto	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			1.98
COSTO POR PORCIÓN			0.40
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.00
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Cocine las papas, las zanahorias y la pechuga de pollo con un poco de sal y reserve el caldo retire el pollo precocinado, córtelo en cuadritos y refría con aceite junto con la cebolla, el ajo, el pimiento y el apio, Licue el refrito anterior con el caldo anterior, agregue el pollo y deje hervir todo por 5 minutos más Al final agregue el culantro finamente picado sirva caliente.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 30 Seco de pollo

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Seco de pollo		
CODIGO DE LA RECETA:	11	RECETA N.- 11	
N° DE PAX:	10		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Pollo	1	unid	6.15
Cebolla colorada	6	unid	0.50
Arroz	500	gr	0.40
Ají seco	6	cda	0.25
Aceite girasol	250	ml	0.55
Cilantro	1	Porción	0.10
Cerveza	250	ml	1.00
Papas	500	gr	0.25
Maduro	3	unid	0.45
Ajo	5	unid	0.15
Achote	3	cda	0.10
Sal	1	Pisca al gusto	0.05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0.05
Comino	1	cda	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			10.05
COSTO POR PORCIÓN			1.00
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			2.50
PREPARACIÓN			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Despresar el pollo y condimentarlo con sal, comino, ajo, pimienta picante y ají seco disuelto en un poco de agua. Agregar la cerveza y dejar macerar por 15 minutos (puede remplazar la cerveza con chica de jora, jugo de naranjilla o maracuyá). 2. Elaborar un refrito con la cebolla colorada picada, incluir el pollo macerado con todo su jugo. Agregar los tallos de cilantro atados para saborizar. Dejarlo hervir hasta que esté cocida el ave. Rectificar la sal. Antes de retirar del fuego añadir el cilantro picado. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 31 Seco de chivo

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Seco de chivo		
CODIGO DE LA RECETA:	12	RECETA N.- 12	
N° DE PAX:	7		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Car de chivo con hueso	3	libras	4.50
Cebolla colorada grande	1	unid	0.10
Pimiento verde grande	1	unid	0.10
Cebolla blanca	2	unid	0.10
Zumo de piña	250	ml	0.50
Cilantro	1	porción	0.10
Cerveza	250	ml	0.60
Ajo	3	unid	0.10
Arroz	500	gr	0.40
Sal	1	Pisca al gusto	0.05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0.05
Comino	1	cda	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			6.65
COSTO POR PORCIÓN			0.95
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			2.38
<p>PREPARACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se lava muy bien la carne del chivo. 2. Cortar y se pone a cocer la carne en agua durante 20 minutos. 3. Aparte, hacer un refrito triturado de los dos tipos de cebolla, el tomate, el ramito de cilantro, el pimiento, el cubo de concentrado de carne, el ajo, sal y comino al gusto. Introducir la carne en agua con el refrito, el jugo de piña y la cerveza, dejar que hierva hasta que la carne este completamente suave. 4. Una vez suave la carne, picar cilantro y esparcir sobre la cocción, rectificar la sazón. 5. Servir muy caliente con arroz amarillo, maduros fritos y o aguacate. 			
Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)			

Cuadro N°- 32 Churrasco

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Churrasco		
CODIGO DE LA RECETA:	13	RECETA N.- 13	
N° DE PAX:	5		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Lomo fino	600	gr	2.50
Huevos	5	unid	0.60
Arroz	400	gr	0.30
Papas fritas	200	gr	0.25
Lechuga	200	gr	0.15
Tomate	200	gr	0.25
Cebolla paiteña	40	gr	0.10
Aguacate	1	unid	0.40
Aceite de oliva	100	gr	0.35
Limón	1	unid	0.10
Sal	1	Pisca al gusto	0.05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			5.10
COSTO POR PORCIÓN			1.02
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			2.55
PREPARACIÓN			
<p>1. Condimentamos la carne y reservamos en refrigeración hasta el momento de freírlos, calentamos un sartén con el aceite y azar hasta darle un hermoso color dorado.</p> <p>2. Aparte preparar la ensalada, con lechuga, tomate, aguacate, cebolla paiteña previamente curtida con jugo de limón, sal y pimienta al gusto ésta preparación es muy importante hacerla justo al momento de servirla, y echarle el aceite de oliva. Luego en el plato colocamos el arroz blanco, papas fritas, la ensalada y el lomo el mismo que se le colocará un huevo frito sobre éste.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 33 Llapingachos

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Llapingachos		
CODIGO DE LA RECETA:	14	RECETA N.- 14	
N° DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Papa chola	3	lb	0.45
Huevos	4	unid	0.48
Queso criollo	½	lb	1.25
Achote	20	gr	0.05
Chorizo	1	lb	0.95
Aguacate	2	unid	0.80
Sal	1	Pisca al gusto	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			4.03
COSTO POR PORCIÓN			1.00
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			2.50
PREPARACIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> • Pelar las papas y cocinarlas con sal. Escurrirlas aplastarlas agregar el aceite, amasar, agregar el queso desmenuzado, formar las tortillas y asarlas en muy poco aceite. • Aparte cocinar el chorizo y luego freír. • Freír los huevos uno a uno. • En el plato poner las tortillas las que guste, encima el huevo con la yema tierna, el aguacate y el chorizo. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 34 Pollo a la Cerveza

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Pollo a la Cerveza		
CODIGO DE LA RECETA:	15	RECETA N.- 15	
N° DE PAX:	3		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Pollo	500	Gr	0.90
Pimiento rojo	1	unid	0.15
Cebolla paiteña	1	unid	0.10
Cerveza negra	330	ml	0.60
Harina	100	gr	0.15
Zanahoria	250	gr	0.20
Ajo	3	unid	0.10
Sal	1	Pisca al gusto	0.05
Pimienta	1	Pisca al gusto	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			2.30
COSTO POR PORCIÓN			0.58
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.45
PREPARACIÓN			
<p>1. Cortar el pollo en trozos pequeños. Lo salpimentamos, enharinamos ligeramente y doramos en una cazuela con aceite de oliva virgen extra. Lo sacamos y reservamos.</p> <p>2. En el aceite que queda pochamos la cebolla picada junto con los ajos también picados, incorporamos el pimiento y las zanahorias cortados en dados. Cuando las verduras comiencen a dorarse incorporamos en la cazuela el pollo que teníamos reservado, la cerveza y un poco de agua si fuera necesario. Lo dejamos cocinar a fuego medio unos 15 o 20 minutos.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 35 Manzanas al horno

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:		Manzanas al horno	
CODIGO DE LA RECETA:		16	RECETA N.- 16
Nº DE PAX:		4	
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Manzanas	4	unid	0.80
Azúcar	30	Gr	0.15
Mantequilla	4	cda	0.10
Canela en polvo	2	cda	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			1.10
COSTO POR PORCIÓN			0.28
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.70
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Lavamos bien las manzanas y con un cuchillo procedemos a sacar el corazón y las semillas de la manzana cuidando de no dañar el fondo de la manzana.</p> <p>Disponemos las manzanas en un pírex y ponemos dentro de cada manzana una cucharada de mantequilla, el azúcar y la canela.</p> <p>Llevamos al horno a 180°C por 30 minutos o hasta q se doren, sacamos y dejamos enfriar un poco antes de servir las.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 36 Flan de queso

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Flan de queso		
CODIGO DE LA RECETA:	17	RECETA N.- 17	
N° DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Leche condensada	350	gr	0.85
Leche entera	350	gr	0.20
Queso cremoso	250	gr	0.73
Huevos	4	unid	0.48
Vainilla en polvo	20	gr	0.10
Azúcar	100	gr	0.10
COSTO TOTAL M.P.D			2.46
COSTO POR PORCIÓN			0.41
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			1.01
<p>PREPARACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calienta el azúcar y unas gotas de agua en un cazo hasta obtener un caramelo claro. 2. Viértelo sobre un molde alargado y cubre el fondo y las paredes. 3. En un bol, mezcla el queso, la leche condensada, la leche entera, los huevos y una pizca de vainilla. 4. Rellena el molde caramelizado con esta mezcla. 5. Introdúcelo en el horno unos 35 minutos a 180°C. 6. Desmolda cuando esté frío y listo para servir. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 37 Espumilla de frutas

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Espumilla de frutas		
CODIGO DE LA RECETA:	18	RECETA N.- 18	
Nº DE PAX:	8		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Huevos	4	unid	0.48
Gelatina sin sabor	10	gr	0.05
Zumo de limón	1	cdta	0.10
Azúcar	16	cda	0.20
Fruta picada	2	tazas	0.70
Leche evaporada	125	gr	0.64
Canela	10	gr	0.05
Frutillas	100	gr	0.20
COSTO TOTAL M.P.D			2.42
COSTO POR PORCIÓN			0.31
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.78
PREPARACIÓN			
<ul style="list-style-type: none"> Batimos las claras a punto de nieve junto con el azúcar y el limón Aparte disolvemos la gelatina en 1/4 de taza de agua caliente y agregamos a la preparación anterior batiendo rápido. Retiramos la batidora rápido y continuamos con un batidor manual , añadimos las frutas y mezclamos bien, lo ponemos en un bol de vidrio y llevamos a enfriar Aparte en un recipiente mezclamos la leche evaporada con las yemas batidas, el azúcar y la canela , lo llevamos a cocinar a baño María hasta que tome consistencia y lo dejamos reposar hasta que se enfríe, se decora la espumilla con las frutas bañadas con la crema y se sirve en patillos individuales. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 38 Dulce de higos

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Dulce de higos		
CODIGO DE LA RECETA:	19	RECETA N.- 19	
Nº DE PAX:	10		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Higos grandes	25	Unid	1.25
Queso tierno	250	Gr	1.10
Panela	1	Unid	1.00
Canela	10	Gr	0.05
Bicarbonato	1	Cdta	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			3.45
COSTO POR PORCIÓN			0.35
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.88
<p>PREPARACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Cortar los higos en cruz por su parte delgada y dejarlos en remojo por un día, exprimirlos uno por uno, con la mano. Cocinar los higos con agua y bicarbonato. Escurrirlos y déjelos enfriar durante algunas horas. En una olla grande, poner los higos al fuego; verter sobre ellos la panela troceada y la canela. Añadir una media taza de agua en la que se cocinó los higos. Cocinar a fuego muy lento. Revolver con cuidado y tapar la olla. Al final, la miel debe aparecer algo espesa. Se sirve los higos con un pedazo de queso tierno. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 39 Torta de zanahoria

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Torta de zanahoria		
CODIGO DE LA RECETA:	20	RECETA N.- 20	
Nº DE PAX:	6		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Huevos	3	Unid	0.36
Zanahoria	3	Unid	0.10
Azúcar	1 ½	Taza	0.40
Aceite de maíz	1	Taza	0.60
Vainilla	1	Cdto	0.05
Harina	2	tazas	0.30
Polvo de hornear	3	Cdto	0.05
COSTO TOTAL M.P.D			1.86
COSTO POR PORCIÓN			0.33
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.83
<p>PREPARACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Poner en la licuadora, los huevos, la sal, las zanahorias, el azúcar, el aceite y la vainilla. Licuar todo. Aparte, cernir las 2 tazas de harina con las 3 cucharaditas de polvo para hornear. Agregar a estos ingredientes secos, la preparación licuada. Enmantecar y enharinar un molde, hornear en horno moderado por 45 minutos aproximadamente. 			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 40 Jugo de tomate de árbol

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Jugo de tomate de árbol		
CODIGO DE LA RECETA:	21	RECETA N.- 21	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Tomate de árbol	4	unid	0.80
Azúcar	150	gr	0.25
Agua	1	Lt	0.00
COSTO TOTAL M.P.D			1.05
COSTO POR PORCIÓN			0.26
% CMP			40 %
PRECIO DE VENTA			0.65
PREPARACIÓN			
<p>Pele los tomates, sáqueles la pulpa y échela a la licuadora, adicione el resto de cosas y préndala, cuélelo, mévalo a la nevera o échele hielo y tómeselo. Experimente con las cantidades, dependiendo de esto le va a quedar más o menos espeso, dulce o ácido, etc.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 41 Jugo de mora

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Jugo de mora		
CODIGO DE LA RECETA:	22	RECETA N.- 22	
Nº DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Mora	1	lb	1.00
Azúcar	150	gr	0.25
Agua	1	Lt	0.00
COSTO TOTAL M.P.D			1.25
COSTO POR PORCIÓN			0.31
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.78
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Pele los tomates, sáqueles la pulpa y échela a la licuadora, adicione el resto de cosas y préndala, cuélelo, métalo a la nevera o échele hielo y tómeselo. Experimente con las cantidades, dependiendo de esto le va a quedar más o menos espeso, dulce o ácido, etc.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 42 Jugo de frutilla

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Jugo de frutilla		
CODIGO DE LA RECETA:	23	RECETA N.- 23	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Frutilla	1	Lb	0.80
Azúcar	100	Gr	0.20
Agua	1	Lt	0.00
COSTO TOTAL M.P.D			1.00
COSTO POR PORCIÓN			0.25
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.63
PREPARACIÓN			
<p>Pele los tomates, sáqueles la pulpa y échela a la licuadora, adicione el resto de cosas y préndala, cuélelo, métalo a la nevera o échele hielo y tómeselo.</p> <p>Experimente con las cantidades, dependiendo de esto le va a quedar más o menos espeso, dulce o ácido, etc.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 43 Jugo de guayaba

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Jugo de guayaba		
CODIGO DE LA RECETA:	24	RECETA N.- 24	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Guayaba	6	unid	0.90
Azúcar	100	gr	0.20
Agua	1	Lt	0.00
COSTO TOTAL M.P.D			1.10
COSTO POR PORCIÓN			0.28
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.70
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Pele los tomates, sáqueles la pulpa y échela a la licuadora, adicione el resto de cosas y préndala, cuélelo, métalo a la nevera o échele hielo y tómeselo. Experimente con las cantidades, dependiendo de esto le va a quedar más o menos espeso, dulce o ácido, etc.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 44 Jugo de papaya

PUNTO GASTRONÓMICO “LAS ORILLAS”			
NOMBRE DEL MENU:	Jugo de papaya		
CODIGO DE LA RECETA:	25	RECETA N.- 25	
N° DE PAX:	4		
			
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO
Papaya	1	unid	0.70
Azúcar	100	gr	0.20
Agua	1	Lt	0.00
COSTO TOTAL M.P.D			0.90
COSTO POR PORCIÓN			0.23
% CMP			40%
PRECIO DE VENTA			0.58
<p>PREPARACIÓN</p> <p>Pele los tomates, sáqueles la pulpa y échela a la licuadora, adicione el resto de cosas y préndala, cuélelo, mévalo a la nevera o échele hielo y tómeselo. Experimente con las cantidades, dependiendo de esto le va a quedar más o menos espeso, dulce o ácido, etc.</p>			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

REQUISICIONES

Cuadro N°- 45 Grupo de inventario Carnes

ARTICULO	MARCA	CANT.	UNIDAD	PRECIO	FUENTE
Lomo de res	La Ibérica	1	kilo	3.68	La Ibérica
Lomo fino de res	La Ibérica	1	kilo	9.00	La Ibérica
Patas de res	Akí	1	kilo	1.90	Akí
Hueso de res	Akí	1	kilo	2.50	Akí
Chorizo	La Ibérica	1	kilo	3.00	La Ibérica
Carne de cerdo	La Ibérica	1	kilo	2.40	La Ibérica
Cuero de chancho	Akí	1	kilo	2.50	Akí
Costilla de cerdo	Akí	1	kilo	1.80	Akí
Carne de borrego	Akí	1	kilo	3.50	Akí
Panza de ovino	Akí	1	kilo	3.00	Akí
Tripas de borrego	Akí	1	kilo	5.00	Akí
Pollo	Akí	1	kilo	2.20	Akí

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 46 Grupo de Inventario de frutas

ARTICULO	MARCA	CANT.	UNIDAD	PRECIO	FUENTE
Fresa	Akí	1	Libra	1.50	Akí
Tomate de árbol	Akí	12	Unidades	1.50	Akí
Mora	Akí	1	Libra	2.00	Akí
Uvas	Akí	1	Libra	1.20	Akí

Papaya	Akí	1	Unidad	3.00	Akí
Melón	Akí	1	Unidad	2.50	Akí
Guayaba	Akí	1	Libra	2.00	Akí
Naranjilla	Akí	1	Libra	2.00	Akí
Manzanas	Akí	10	Unidades	2.50	Akí
Aguacate	Akí	1	Unidad	0.30	Akí

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 47 Grupo de Inventario de hortalizas

ARTICULO	MARCA	CANT.	UNID.	PRECIO	FUENTE
Ajo	Sin marca	1	lb	1.50	Mercado mayorista
Cebolla blanca	Sin marca	1	atado	2.00	Mercado mayorista
Cebolla perla	Sin marca	6	unidad	1.00	Mercado mayorista
Paiteña	Sin marca	7	unidad	1.00	Mercado mayorista
Coliflor	Sin marca	1	unidad	0.80	Mercado mayorista
Cebolla puerro	Sin marca	1	unidad	0.50	Mercado mayorista
Brócoli	Sin marca	1	unidad	0.40	Mercado mayorista
Lechuga	Sin marca	1	unidad	0.50	Mercado mayorista
Nabo	Sin marca	1	atado	1.50	Mercado mayorista
Choclo	Sin marca	1	unidad	0.40	Mercado mayorista
Cilantro	Sin marca	1	atado	1.00	Mercado mayorista
Perejil	Sin marca	1	atado	0.50	Mercado mayorista
Espinacas	Sin marca	1	funda	1.30	Mercado mayorista

Rábano	Sin marca	1	atado	1.00	Mercado mayorista
Tomate carne	Sin marca	1	unidad	0.25	Mercado mayorista
Pepinillo	Sin marca	1	unidad	0.50	Mercado mayorista
Apio	Sin marca	1	atado	1.00	Mercado mayorista
Zanahoria	Sin marca	6	unidad	1.00	Mercado mayorista
Habas tiernas	Sin marca	1	funda	1.00	Mercado mayorista
Pimiento	Sin marca	5	unidad	1.00	Mercado mayorista
Papa nabo	Sin marca	6	unidad	1.00	Mercado mayorista
Arveja tierna	Sin marca	1	funda	1.00	Mercado mayorista

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 48 Grupo de Inventario de lácteos

ARTICULO	MARCA	CANT.	UNIDAD	PRECIO	FUENTE
Queso mozzarella	El kiosco	500	gr	3.00	Aquí
Quesillo	El kiosco	500	gr	2.50	Aquí
Queso fresco	Floral	500	gr	2.16	Aquí
Mantequilla	Miraflores	250	gr	0.66	Aquí
Leche condensada	Vita	250	gramos	1.32	Aquí
Crema de leche	Vita	1	litro	1.25	Aquí
Yogur natural	Toni	1	litro	3.40	Aquí
Yogur	Toni	1	litro	2.45	Aquí

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 49 Grupo de Inventario de enlatados y condimentos

ARTICULO	MARCA	CANT	UNIDAD	PRECIO	FUENTE
Atún enlatado	Real	180	gr	0.64	Dicosavi
Atún enlatado	Van Camp	184	gr	0.70	Dicosavi
Aceite	La favorita	1	litro	1.38	Dicosavi
Sal	Cris sal	2	kilos	0.60	Dicosavi
Pimienta	Sin marca	1	Funda	1.10	Dicosavi
Pasta de tomate	Facundo	400	gr	1.04	Dicosavi
Salsa de tomate	Los andes	390	gr	0.95	Dicosavi
Canela en polvo	condimento	100	gr	1.00	Dicosavi
Polvo de hornear	Levapan	180	gr	1.20	Dicosavi
Esencia de vainilla	Levapan	120	gr	1.60	Dicosavi
Orégano	Sin marca	1	Funda	1.00	Dicosavi
Aceite de oliva	Extra virgen	1	litro	4.50	Dicosavi
Huevos	Dicosavi	12	unidad	1.50	Dicosavi

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 50 Grupo de inventario Granos

ARTICULO	MARCA	CANT.	UNIDAD	PRECIO	FUENTE
Maíz pelado	Sin marca	1	libra	0.70	Dicosavi
Maíz blanco	Sin marca	1	libra	0.90	Dicosavi
Maní	Sin marca	1	libra	1.20	Dicosavi
Arroz	Portilla	1	quintal	46.00	Dicosavi

Azúcar	Valdez	1	quintal	48.00	Dicosavi
Lenteja	Sin marca	1	libra	0.60	Dicosavi
Garbanzo	Sin marca	1	libra	0.70	Dicosavi
Frejol cholo	Sin marca	1	libra	0.95	Dicosavi
Frejol canario	Sin marca	1	libra	0.85	Dicosavi

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

v. Viabilidad técnica

Dentro de la viabilidad técnica, se indican las inversiones donde se detallan todos los equipos de cocina necesaria para el funcionamiento del área de producción, equipos para el área administrativa dentro de cual cuenta equipo de oficina, seguido de los muebles y enseres, suministros de oficina y otros activos. También se identifica el costo de los gastos de constitución y los estudios dentro de la inversión intangible.

Además se analiza en lo que respecta el capital de trabajo para desglosarlos gastos en materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, seguidos de los gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros necesarios para el funcionamiento del proyecto en el primer mes de actividad.

Cuadro N°- 51 Requerimientos de equipo de cocina.

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Cocina industrial de acero inoxidable, 6 hornillas individuales	1.800.00	1.800.00
1	Campana extractor de olores	1.050.00	1.050.00
2	Mesas de trabajo acero inoxidable	200.00	400.00
1	Horno Combi a gas de acero inoxidable doble puerta de cristal.	12.500.00	12.500.00
2	Extractor de cítricos en acero inoxidable	180.00	360.00
1	Batidoras parmixer 80 litros	698.00	698.00
1	Pelador de papas y vegetales	1.200.00	1.200.00
1	Licuadaora multiuso marca Hamilton ½ .	360.00	360.00
2	Licadoras oster de 2 litros	50.00	100.00
5	Cilindro de gas de 45kg	70.00	350.00
1	Refrigerador vertical puerta de cristal	1.600.00	1.600.00
1	Autoservicio 3 pozos	700.00	700.00
2	Estante 5 repisas	280.00	560.00
1	Plancha profesional	1.200.00	1.200.00
2	Ollas fijas de 500 litros	900.00	1800.00
1	Sartén fijo de 180 litros	550.00	550.00
TOTAL			\$ 25.228.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 52 Menaje y vajilla

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	P. TOTAL
5	Ollas de aluminio capacidad 10 litros	45,00	225,00
4	Ollas de aluminio capacidad 20 litros	55,00	220,00
4	Ollas de aluminio capacidad 44 litros	60,00	240,00
2	Cacerolas capacidad 6 litros	30.00	60.00
4	Cacerolas capacidad 3 litros	22.00	88.00
2	Cacerolas capacidad 10 litros	46.00	92.00
1	Olla de presión capacidad 15 litros	380.00	380.00
10	Coladores de metal	6.00	60.00
2	Coladores chinos	15.00	30.00
10	Bolsa de 2 litros	2,50	25.00
10	Bowls de 4 litros	4,50	45.00
6	Bowls de 12 litros	10,50	63.00
30	Cucharones 32onz, 8onz, 16onz	4,30	129.00
10	Batidor manual	3.50	35.00
2	Espátulas	3.20	16.00
6	Papel aluminio 45 x 300	2.00	12.00
6	Espumaderas	2.00	12.00
3	Rallador 4 lados	2.00	6.00
12	Bandejas plásticas	2.50	30,00
2	Balanza digital	1.50	3.00
2	Bolillos de metal 44cm	4.30	8.60

6	Brochas de 3cm	1.40	8.40
2	Pala multiuso	0.60	1.20
10	Tablas de picar colores	8.00	80.00
1	Juego de pírex	10.00	60.00
2	Afilador de cuchillos	4.50	9.00
2	Termómetro bimetálico	6.50	13.00
4	Cuchillos de carnicería	6.00	24.00
2	Juego de cucharas medidoras	5.40	10.80
4	Cuchillo para verduras	8.00	32.00
6	Puntillas	1.50	9.00
6	Exprimidores	0.80	4.80
4	Sartén mediano de teflón	15.00	60.00
1	Sartén de aluminio	18.00	18.00
20	Condimentaros	4.50	90.00
100	Guantes	0.06	6.00
100	Mascarillas	0.04	4.00
100	Gorros desechables	0.07	7.00
1000	Servilletas personalizadas	0.15	150.00
2	Papel aluminio 45x300	2.00	4.00
2	Papel film 45x300	2.00	4.00
20	Uniformes	22.00	440.00
4	Dispensador de toallas	10.00	40.00

3	Jarra cafetera: Acero inoxidable. Capacidad: 2 litros.	26.00	78.00
6	Jarras para bebidas: De cristal con asa resistente Capacidad 2 litros.	3,00	18,00
6	Charol redondo: Acero inoxidable.	20.50	123,00
6	Charol ovalado: Acero inoxidable.	15.00	90.00
20	Salero optime	5.50	110.00
20	Azucarero	5.80	116.00
300	Cucharita para café	0.30	90.00
300	Cuchara de sopa	0.35	105.00
300	Tenedor normal	0.60	180.00
300	Cuchillo de mesa:	0.70	210.00
300	Cuchillo de mantequilla	0.40	120.00
300	Vasos para jugo	0.65	195.00
300	Vasos Collins	0.70	210.00
300	Platos hondo	3.25	975.00
300	Platos tendido	3.10	930.00
300	Platos postre	1.45	435.00
300	Platos para pan	1.10	330.00
TOTAL			\$ 7169.80

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 53 Requerimientos del equipo de cómputo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora de mesa	2	600	\$ 1200.00
Impresora	1	100	\$ 100.00
TOTAL			\$ 1300.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 54 Requerimientos de muebles y enseres.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	3	30	\$ 90.00
Escritorio	2	80	\$ 160.00
Silla de oficina	4	40	\$ 160.00
Archivador	4	80	\$ 240.00
TOTAL			\$ 650.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 55 Requerimientos de suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resmas de papel	5	3.50	\$ 17.50
Cartucho	2	20	\$ 40.00
Carpetas	50	0.20	\$ 10.00

Resaltador	6	0.50	\$ 3.00
Perforadora	2	1.20	\$ 2.40
Grapadora	2	1.50	4 3.00
Esferográficos	10	0.35	\$ 3.50
Clips	2	0.50	\$ 1.00
Grapas	2	0.65	\$ 1.30
TOTAL			\$ 82.70

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 56 Requerimientos de suministros de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Botes de basura con tapa	10	3.90	\$ 39.00
Recogedor de basura	6	1.25	\$ 7.50
Escobas	10	1.63	\$ 16.30
Trapeadores	6	1.50	\$ 9.00
Fundas de basura	30	0.80	\$ 24.00
Esponjas para platos	20	0.30	\$ 6.00
Estropajos	20	0.25	\$ 5.00
Limpiones	20	1.50	\$ 30.00
Cloro galón	4	3.40	\$ 13.60
Desinfectante galón	4	6.00	\$ 24.00
Lava vajilla grande	6	2.30	\$ 13.80

Rollo de papel toalla	3	3.50	\$ 10.50
Fundas plásticas rollo	2	8.00	\$ 16.00
Papel higiénico	50	0.20	\$ 10.00
TOTAL			\$ 224.70

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 57 Requerimientos de uniformes

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Uniformes	20	22	\$440.00
Gorros desechables	100	0.07	\$ 7.00
Mascarillas	100	0.04	\$ 4.00
Guantes	100	0.06	\$ 6.00
TOTAL			\$ 457.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N° 58 Requerimientos de Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
Luz	30,00	\$ 30,00
Agua	25,00	\$ 25,00
Teléfono	20,00	\$ 20,00
Gas	7.50	\$ 7.50
TOTAL		\$ 81.50

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

b. ASPECTOS JURÍDICOS – MERCANTILES

i. Forma Jurídica elegida para el proyecto

Empresario individual.- Es aquella persona física que disponiendo de la capacidad legal necesaria ejerce de forma habitual y por cuenta propia una actividad comercial, industrial o profesional. A este empresario individual también se lo conoce como autónomo. Esta forma jurídica no tiene regulación legal específica, pues está sujeto a las disposiciones generales del Código de Comercio en materia mercantil y a lo establecido en el Código Civil en materia de derechos y obligaciones.

Características de esta forma jurídica.

1. Las características del empresario individual o autónomo son:

Se trata de una persona natural que ejerce habitualmente en su propio nombre una actividad empresarial.

- El capital no tiene mínimo legal exigido.
- Su número de socios es de uno.
- El empresario individual debe ser mayor de edad y tener todas sus capacidades jurídicas generales.
- Debe tener libre disposición de sus bienes.
- Si es menor de edad debe estar emancipado.

- Asumir las obligaciones con el Instituto ecuatoriano de Seguridad Social IESS y con el Servicio de Rentas Internas SRI.

ii. **Requisitos legales para su apertura y funcionamiento**

Está constituida como una organización empresarial muy simple cuya dirección radica virtualmente en el propietario y siendo un empresario individual tendrá la precaución de informar los planes y política laborales y financieros para facilitar los fondos necesarios con que harán frente a las posibles deudas e impuestos.

La obligación legal de satisfacer los impuestos está referida a la necesidad que un estado tiene de obtener ingresos para el financiamiento de sus actividades, entre las que destaca las destinadas a conseguir la protección y el bienestar de los ciudadanos, aunque esta actividad no este subordinada de modo absoluto a sus consecuencias tributarias, todo lo relacionado con el Control de Rentas Internas es tomado muy en cuenta para adoptar decisiones.

Se requiere de los siguientes requisitos antes del funcionamiento de la empresa:

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Planilla de pago de luz, agua, teléfono.

- Si la inscripción es posterior a los 30 días de iniciada la actividad económica presentar la copia del formulario 106 correspondiente a las multas del RUC.

Permiso del cuerpo de bomberos

La entidad encargada de la seguridad industrial de la empresa es el cuerpo de los bomberos.

Los requisitos son los siguientes:

- Solicitud al jefe de bomberos del Cantón Colta.
- Copia de la cedula de ciudadanía.
- Copia del RUC.
- Comprar un formulario de inspección, valorado en \$ 1.00 en donde se debe llenar los datos, croquis, para que realicen la inspección.

Luego de realizada la inspección se le otorga una categoría según las características del establecimiento y de acuerdo a la categoría se cancela los valores.

Permiso de la intendencia

La tendencia de policía es la identidad encargada de que el establecimiento sea lícito y corresponda a la actividad que está inscrita.

Los requisitos para su permiso son los siguientes:

- Oficio al Sr. Intendente de la policía del Cantón Colta.

Para la obtención del permiso la intendencia realizará la inspección necesaria.

Obtener patente municipal

Este permiso lo otorga en municipio del Cantón Colta por medio del departamento de Rentas y los requisitos son los siguientes:

- El departamento municipal de rentas.
- Copias del RUC.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos.

Permiso de funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud de Chimborazo.

En ministerio de Salud es el ente encargado de vigilar por la salud de todos los habitantes y la ciudad de Riobamba la dirección Provincial de Salud de Chimborazo es quien se encarga de conceder el permiso de funcionamiento siempre y cuando cumplan con las disposiciones existentes en el Código de Salud.

Los requisitos para el permiso son los siguientes.

- Copia del título profesional.
- Original y copia de la cedula de ciudadanía.
- Copia del RUC.

- Copia del permiso de cuerpo de bomberos.
- Exámenes de sangre y heces de todo el personal del restaurante esto se los debe hacer en el Ministerio de Salud Pública o en la Cruz Roja.
- Certificado de capacitación, otorgado por la Dirección Provincial de Salud de Chimborazo a través del departamento de vigilancia.
- Certificado de salud.
- Acta de inspección otorgado por el inspector de zona.
- Comprar una solicitud en tesorería que tiene un costo de \$ 1.00.
- Carpeta con pestaña.
- Una foto del representante legal.

Certificado de gestión ambiental

Este departamento pertenece al Municipio de Riobamba, la finalidad de este departamento es constatar que las actividades del restaurante no causen mayor daño al medio ambiente, y proteger el bienestar de los moradores cercanos al lugar donde está situado el comedor. Requisitos para obtener el certificado de gestión ambiental.

- Copia de la cédula de ciudadanía y la papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del certificado de uso de suelo, otorgado por la dirección de planificación.
- Copia del permiso del cuerpo de bomberos.
- Copia del certificado de salud.

- Oficio dirigido al Director de Higiene, solicitando la inspección del local.
- Pago por inspección, tiene un costo de \$ 3.50.

Número Patronal

Los empleadores, sin excepción, están obligados a realizar la afiliación de sus empleados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labor. El empleador debe solicitar un número patronal en el IESS que sirve de identificación de la empresa para realizar la afiliación de sus empleados.

Los requisitos son los siguientes:

- Llenar el formulario para solicitar el número patronal en el IESS.
- Copia del RUC.
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en la Inspectoría de Trabajo.
- Copia del comprobante de pago de luz, agua, teléfono.

Cuadro N°- 59 Requerimientos legales para el funcionamiento del restaurante.

REGISTRO	LUGAR	OBLIGACIONES	RESPONSABLES	COSTO
Requisito Único de Contribuyentes	SRI Riobamba	RUC	Administrador	\$ 1.00
Permiso cuerpo de Bomberos	Cantón Colta	Permiso de funcionamiento	Administrador	\$ 10.00

Obtener patente municipal	Cantón Colta	Patente Municipal	Administrador	\$ 30.00
Permiso de la Dirección Provincial	Dirección P. de Chimborazo	Permiso de funcionamiento	Administrador	\$ 100.00
Certificado de Gestión Ambiental	Riobamba	Permiso de funcionamiento e inspección	Administrador	\$ 3.50
Número Patronal	IESS Riobamba	Afiliación de los empleados	Administrador	\$ 00.00
TOTAL				\$ 144.50

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

iii. **Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa.**

La empresa se fundamenta en el Control y riesgo de una persona natural como propietario para lo cual necesitará la apertura ruc identificación que la convierte en un agente pasivo para el Gobierno obligada a declarar e informar toda su actividad económica de ingresos y gastos.

Elaborar toda la documentación requerida por la ley:

- Facturas de ventas.
- Facturas de compras.

Deberes y obligaciones

- Pago del impuesto al valor agregado RUC
- Impuesto a la renta anual.
- Proporcionar la información requerida por la Administración Tributaria.
- Renovación anual de permisos.
- Afiliación al IESS.
- Permiso sanitario.
- Bomberos.
- Patente Municipal.
- Certificado de Gestión Ambiental.
- Pago de Beneficios Sociales.

Derechos

Beneficios IESS, así como también cotejar los documentos y justificaciones con las declaraciones presentadas son correctas.

**Cuadro N°- 60 Obligaciones anuales que debe cumplir para el
funcionamiento del punto gastronómico**

AÑOS	OBLIGACIONES	RESPONSABLE	COSTO
2012	RUC (Copia documentación) Permiso cuerpo de bomberos Obtener patente municipal Permiso de Dirección Provincial de Salud Certificado de Gestión Ambiental Número Patronal	Administrador	\$ 144.50
2013	Mantener patente municipal Pago del SRI Mantener el permiso Sanitario Mantener permiso Cuerpo de Bomberos	Administrador	\$ 130.00
2014	Mantener patente municipal Pago del SRI Mantener el permiso Sanitario Mantener permiso Cuerpo de Bomberos	Administrador	\$ 130.00
2015	Mantener patente municipal Pago del SRI Mantener el permiso Sanitario Mantener permiso Cuerpo de Bomberos	Administrador	\$ 130.00
2016	Mantener patente municipal Pago del SRI Mantener el permiso Sanitario Mantener permiso Cuerpo de Bomberos	Administrador	\$ 130.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

iv. **Gastos de constitución**

Cuadro N°- 61 Gastos de constitución del punto gastronómico.

CONCEPTO	COSTO
Municipio	\$ 30.00
SRI	\$ 1.00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$ 10.00
Permiso de Salud	\$ 50.00
Transporte	\$ 10,00
Copias, impresiones	\$ 15,00
TOTAL	\$ 116.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

c. **ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Para que el proyecto tenga éxito es necesario establecer un Plan de Marketing, en la que se considere no solo en el viejo sentido de hacer una venta, de “hablar y vender”, sino también un lugar para realizar Varias actividades y disfrutar de ellas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente siendo este el punto primordial del restaurante.

i. **Producto**

Este producto está destinado a la venta de un bien /servicio, como es la elaboración de menús de la cocina ecuatoriana destinado para los turistas que visitan el Malecón Escénico Laguna de Colta.

Atributos y beneficios

Es esencial conocer los atributos de los productos y como tales tenemos:

- Menú variado
- Combinaciones llamativas
- La presentación agradable y saludables
- Menús balanceados
- Nuestro producto conservara el sabor casero al 100%

- Los procesos de producción como tiempos y métodos de cocción serán los adecuados para cada tipo de género.
- Las preparaciones tendrán textura, sabor, olor y color de cada ingrediente que conforma el plato.

Beneficio es el uso acertado que un cliente hace de una característica del producto o servicio y que le ayuda a solventar una necesidad o deseo determinado.

- Los productos son originarios de la zona.
- La mayoría de los alimentos serán orgánicos.
- Poseen gran cantidad de nutrientes.
- Son preparaciones tradicionales y caseras.
- Son menús preparados con altos estándares de calidad.

Marca

La marca establecida y registrada para el establecimiento será **“LAS ORILLAS”**, por lo que es fácil de recordar y está en castellano, de esta manera evitamos confusiones para nuestros clientes.

Considerando que la marca es la parte identificable del servicio por parte de los clientes.

Los gráficos utilizados son: La laguna de Colta y cubiertos.

Slogan

“La mejor comida típica en un solo lugar”

Logotipo

Figura N°- 04 Restaurante “LAS ORILLAS”



Los colores empleados

Dorado

- Es el color al igual que el amarillo. Se le asocia con el sol.
- Representa la abundancia y el poder.
- Este color sugiere la sabiduría y los conocimientos.

Verde

- Es el color de la naturaleza por excelencia.
- Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad.
- Es el color más relajante para el ser humano y puede ayudar a mejorar la vida, no es un color molesto y fácil de percibir.
- Este color sugiere estabilidad y resistencia.
- Representa crecimiento y esperanza.

Blanco

- Se le considera el color de la perfección, por esta razón se colocó.
- Significa seguridad, la misma que se pretende transmitir a nuestros clientes.
- Representa la pureza y limpieza, las mismas que se emplea en la preparación de nuestros productos, al manipular la materia prima.

Servicio

La empresa ofrece una gama de menús de la cocina ecuatoriana, el menú contiene: entrada, plato fuerte, y postre, las preparaciones reflejan lo más auténtico en cuanto a la gastronomía del Ecuador.

Cuadro N°- 62 Servicios para la Venta

SERVICIOS	ACCIONES
Pre- Venta	Publicar el menú del día siguiente. Explicar al cliente lo que ofrece el punto gastronómico. Ofrecer promociones de acuerdo al número de clientes.
Durante	Procurar en dar el mejor trato posible al cliente esto incluye: un saludo amable y atento, demostrar cordialidad, ofrecer nuestros mejores menús, explicar lo que contiene cada plato, conocer lo que el cliente espera del punto gastronómico. Dar obsequios simbólicos: llaveros, calendarios, esferos con la información básica de quienes somos y lo que ofrecemos. Hacer descuentos de acuerdo al número de familia.
Post- Venta	Después de brindar el servicio a los clientes se pedirá que de las sugerencias y lo dejen en el buzón de sugerencias, para conocer si el servicio resulto o no satisfactorio, esto es primordial para poder mejorar el restaurante y corregir posibles errores que se puedan estar dando. Para satisfacer la necesidad del cliente.

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Calidad

Estará controlada diariamente la materia prima antes de realizar el mise en place que sea de calidad, para elaborar los distintos platos, para satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes. Los equipos estarán siendo

revisados periódicamente, garantizando de esta manera salubridad al momento de ingerir los alimentos.

El punto Gastronómico cuenta con personal perfectamente capacitado y con sólidos conocimientos de manipulación de alimentos, por lo que garantizamos una alimentación de calidad y bajo las más altas normas sanitarias.

ii. Precio

Los precios de venta constituyen uno de los aspectos más críticos para lograr recuperar el capital invertido. Para la fijación del precio se analizó los factores como: la competencia, y el mercado al que está dirigido como son los turistas.

COSTOS DE PRODUCCIÓN:

Cuadro N°- 63 Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN	VALOR
Mano de obra directa	2150.00
Materia prima directa	1724.56
Costos indirectos de Fabricación	92.50
Gastos Administrativos	1710.00
Gastos Financieros	1101.32
Gastos de venta	1560.00
Costo total	\$ 8338.38
2000 pax	\$ 4.17

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 64 Precios de Competencia

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRECIO
Restaurante familiar	\$ 2.75
Restaurante Rey dorado	\$ 3.00
Restaurante Carolina	\$ 3.00
Restaurante la Delicia	\$ 3.50
COSTO PROMEDIO	\$ 3.00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 65 Precio de acuerdo al margen de Utilidad

COSTO PRODUCCIÓN	30 %	40%	50%
4.17	5.42	5.84	6.26

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Determinación del precio

De acuerdo al estudio realizado para la presente investigación nuestros clientes potenciales estarían dispuestos a pagar de 3 hasta 10 dólares por un menú.

El precio de venta de cada receta incluye: costo por porción de materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación (luz, agua, teléfono), gastos administrativos (mantenimiento de equipos) y utilidad detallados en la estandarización de la receta.

El punto gastronómico cobrara \$ 4.50 por un almuerzo (entrada, plato fuerte y postre) y se realizaran descuento dependiendo del número de familia. El costo incluye, servicio personalizado.

iii. Distribución

El papel de distribución es hacer llegar un producto a su mercado objetivo, para lo cual se tomara en cuenta lo siguiente:

El canal de distribución es un canal directo al cliente, por lo que el menú se entrega directamente al consumidor. En el área de cocina se elaboraran todos los menús y pedidos de los clientes diariamente.

El emprendimiento de una empresa requiere de la comercialización de nuestros servicios por lo que se han considerado estrategias de marketing para que el punto gastronómico pueda acercarse cada vez más hacia el consumidor o cliente final.

Figura N°- 05 Canal de comercialización directo



Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

iv. Plan de Comunicación

El objetivo es conquistar al cliente, de forma que a la larga el consumidor haga uso cada vez visite el lugar atractivo. La mezcla de comunicación es la combinación de los diferentes elementos con lo que las empresas pueden transcribir su propuesta y se utiliza la mezcla de los elementos promocionales.

Para tener éxito en el plan de comunicación utilizamos los métodos más eficientes para que los gastos no sean excesivos.

Cuadro N°- 66 Plan de Comunicación

Tipo de publicad	Detalle	Presupuesto anual	Tipo de contratación
Afiche promocional	Impresión de afiche promocional de 200 unidades anuales	\$ 10.00	Contrato anual
Anuncios publicitarios televisión y radio	Anuncios publicitarios diarios a través de televisión TV SULTANA en la ciudad de Riobamba (5 diarias) y cuñas en radio TRICOLOR (5 diarias)	\$ 60,00	Contrato mensual
Creación página web	Creación de una página web para el servicio de un restaurante	\$ 5.00	Actualización anual
Mural publicitario	Contratación de un área para el mural publicitario en el Cantón Colta	\$ 75.00	Mantenimiento anual
Costo total		\$ 150.00	

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

i. Competencia

Cuadro N°- 67 Competencia

Nombre	Servicio	Capacidad	Ubicación	Tipo de clientes	Precio
Restaurante familiar	Alimentación y servicio	80Pax	Cajabamba	Local y nacional	\$ 2.50
Restaurante Rey dorado	Alimentación y servicio	80 Pax	Cajabamba	Local y nacional	\$ 2.25
Restaurante Carolina	Alimentación y servicio	60Pax	Cajabamba	Local	\$ 2.50
Restaurante Colonial	Alimentación y servicio	90Pax	Cajabamba	Local y nacional	\$ 2.75

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

El recurso humano es el principal elemento con que cuenta el punto gastronómico, que es uno de los pilares fundamentales para el restaurante.

i. Determinación del Talento Humano

La empresa contará con una estructura Organizacional puesto que nos ayudara al desarrollo de las diferentes actividades y de esta manera cumplir con las metas de la Empresa.

Cuando este servicio se encuentra en funcionamiento hay que efectuar análisis periódicos del personal necesario, bien para aumentarlo, si así lo requiere la actividad, o si se tiene prevista una ampliación, bien para amortizar algunos puestos de trabajo si la actividad se reduce.

Un exceso mano de obra significa mayores costos, personal utilizado debajo de sus posibilidades y desmoralización o malos hábitos de ese mismo personal, pero una falta mano de obra puede entrañar el incumplimiento de la producción proyectada.

Para el funcionamiento adecuado del punto gastronómico se requiere del siguiente personal:

Cuadro N°- 68 Personal requerido para el funcionamiento del punto gastronómico.

AREA	CARGO	N° DE PERSONAS
Área Administrativa	Administrador	1
	Cajero	1
Área Operativa	Chef	1
	Ayudantes de Cocina	2
	Stewart	1
	Meseros	2

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

El contador será contratado por servicios profesionales, se requerirán un profesional.

ii. **Descripción de los puestos de trabajo**

Es importante recalcar el Cargo y cada una de las funciones que el personal deberá desempeñar para un buen progreso del restaurante ya que de ellos dependerá la imagen del establecimiento.

Cuadro N°- 69 Descripción de Puesto de Administrador

PUESTO	Administrador		CATEGORÍA	Administración
	ANUAL	\$7200.00	N.- DE PAGAS	12
SALARIO BRUTO	MENSUAL	\$ 600.00	PUESTO DEL QUE DEPENDE	No depende jerárquicamente de nadie.
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
FUNCIONES	Representar legalmente de la empresa.			
	Planificar, organizar, diseñar y controlar el desarrollo de las actividades.			
	Analizar mensualmente la situación contable y financiera de la empresa.			
	Contratar el personal.			
	Contactar y evaluar a los proveedores.			
	Realizar las recetas estándar.			
	Elaborar el inventario de materia prima.			
TAREAS	Realizar planificación diaria de las actividades.			
	Controlar y dirigir la producción.			
	Verificar que los equipos estén funcionando normalmente.			

	Dirigir y participar en el servicio.
RESPONSABILIDADES	Toma de decisiones concernientes al futuro de la empresa.
	Analizar las necesidades de la materia prima, relacionados con los proveedores y recetas estándar.
	Encargarse del control de calidad tanto en la elaboración como en el servicio.
	Realizar la inducción al personal contratado.
ATRIBUCIONES	Delegar funciones a su cargo
	Asignación de tareas así como de horas extraordinarias y primas.
RELACIONES INTERNAS	Todo lo relacionado con el personal.
	Dar charlas al personal quincenalmente sobre seguridad alimentaria.
	Informar a los empleados sobre el resultado de las actividades desarrolladas durante la semana.
RELACIONES EXTERNAS	Pedido de materia prima a los proveedores semanalmente.
	Reunión con las autoridades de la institución mensualmente para tratar sobre el funcionamiento del restaurante.
	Con el chef revisar los menús.

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 70 Descripción del Puesto de Chef

PUESTO	Chef		CATEGORÍA	Operativo
	ANUAL	\$ 7200.00	N.- DE PAGAS	12
SALARIO BRUTO	MENSUAL	\$ 600.00	PUESTO DEL QUE DEPENDE	Depende jerárquicamente del administrador
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
FUNCIONES	Revisar las recetas estándar al inicio del día.			
	Realizar la requisición diaria de M.P de la bodega.			
	Dirigir al ayudante de cocina			
TAREAS	Realizar el mise en place el día anterior.			
	Realizar la producción diaria.			
	Revisar que todo el área de producción se encuentre limpia y apta para el trabajo			
	Participar en el servicio.			
RESPONSABILIDADES	Asegurar que se encuentre toda la materia prima para la producción.			
	Mantener los estándares de calidad y políticas establecidas en el comedor.			
	Informar al administrador sobre algún desperfecto de los equipos.			
	Realizar la limpieza profunda una vez por semana del área de producción.			
ATRIBUCIONES	Controlar al ayudante de cocina e informar al administrador sobre su desempeño.			
	Control de calidad.			
RELACIONES INTERNAS	Enviar partes semanales sobre el ayudante de cocina y el encargado de limpieza			
RELACIONES EXTERNAS	Recepción de materia prima de los proveedores semanalmente.			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 71 Descripción de Puesto de Ayudante de cocina

PUESTO	Ayudante de cocina		CATEGORÍA	Operativo
	ANUAL	\$ 3600.00	N.- DE PAGAS	12
SALARIO BRUTO	MENSUAL	\$300.00	PUESTO DEL QUE DEPENDE	Depende jerárquicamente del Chef
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
FUNCIONES	Proporcionar los elementos necesarios requeridos para la producción al cocinero.			
TAREAS	Ayudar en la elaboración del mise en place.			
	Asistir al chef en la producción.			
	Colocar el producto terminado en el servicio.			
	Mantener el área de trabajo limpio.			
	Participar en el servicio.			
RESPONSABILIDADES	Revisar que todo lo que necesita el chef esté listo para la elaboración de plato.			
	Revisar que la materia prima para realizar el mise en place.			
	Realizar una vez por semana la limpieza profunda del área de producción.			
	Mantener estándares de calidad y las políticas establecidas.			
ATRIBUCIONES	Pedir al Steward algún utensilio limpio.			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 72 Descripción del Puesto de Steward

PUESTO	Steward		CATEGORÍA	Operativo
	ANUAL	\$ 3600.00	N.- DE PAGAS	12
SALARIO BRUTO	MENSUAL	\$300.00	PUESTO DEL QUE DEPENDE	Depende jerárquicamente del Chef
LOCALIZACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO EN EL ORGANIGRAMA				
FUNCIONES	Realizar la limpieza del área de cocina y el área de servicio.			
	Lavar los utensilios de cocina y maquinaria de cocina tanto, durante y después de finalizar la tarea.			
	Tener a tiempo toda la vajilla lista para el servicio.			
	Ayudar a pasar los platos para el servicio.			
TAREAS	Limpieza y adecuación antes y después del servicio.			
	Colocar la vajilla limpia en el área de servicio.			
	Durante el servicio recoger la vajilla y lavarle.			
RESPONSABILIDADES	Mantener estándares de calidad y las políticas establecidas.			
	Tener a tiempo toda la vajilla lista para el servicio.			
	Realizar una vez por semana la limpieza profunda del área de producción y bodega.			
	Verificar que todo la vajilla este completa antes del servicio.			
RELACIONES INTERNAS	Coordinar con el chef las necesidades concernientes a suministros de limpieza de la cocina y equipos.			

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

iii. Perfil de los trabajadores

Cuadro N°- 73 Perfil del Administrador

PUESTO	Administrador	
FORMACION REGLADA REQUERIDA	Título profesional en el área de Administración de Empresas.	
	Conocimiento de administración financiera, tributaria, legislación laboral y costos.	
FORMACION TECNICA REQUERIDA	Conocimientos de sistemas informáticos.	
	Conocimiento de Normas de Buenas Prácticas de Manufactura.	
OTROS CONOCIMIENTOS	IDIOMAS	NIVEL
	Ingles	Intermedio/Avanzado
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	EN EL SECTOR	EN EL PUESTO
	Indispensable	Indispensable
REQUERIMIENTOS	Excelentes relaciones humanas.	
	Buena presencia.	
	Capacidad para negociar.	
	Don de mando (delegar funciones)	
	Destreza para resolver problemas	
	Ética profesional	
	Manejo de equipos	
	Atención al cliente.	

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 74 Perfil del Chef

PUESTO		Chef	
FORMACION REQUERIDA	REGLADA	Título profesional de Licenciatura en Gestión Gastronómica.	
	TECNICA	Conocimiento de cocina industrial	
FORMACION REQUERIDA		Conocimiento de equipos de cocina	
		Conocimiento de sistemas informáticos, paquetes de Office	
		Conocimientos de técnicas culinarias	
		Conocimiento de lenguaje culinario.	
OTROS CONOCIMIENTOS	IDIOMAS	NIVEL	
	Ingles	Intermedio/Avanzado	
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL	EN EL SECTOR	EN EL PUESTO	
	Indispensable	indispensable	
REQUERIMIENTOS		Excelentes relaciones humanas.	
		Puntualidad.	
		Buena presencia	
		Capacidad para negociar	
		Don de mando (delegar funciones)	
		Destreza para resolver problemas	
		Ética profesional	
		Manejo de equipos	
		Atención al cliente.	

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 75 Perfil del Ayudante de cocina

PUESTO		Ayudante de cocina	
FORMACION REGLADA REQUERIDA	REGLADA	Bachiller	
FORMACION REQUERIDA	TECNICA	Conocimiento de cocina industrial	
		Conocimiento de equipos de cocina	
		Conocimiento de sistemas informáticos, paquetes de Office	
		Conocimientos de técnicas culinarias	
		Conocimiento de lenguaje culinario.	
EXPERIENCIA PROFESIONAL	LABORAL Y	EN EL SECTOR	EN EL PUESTO
		Indispensable	indispensable
REQUERIMIENTOS	Excelentes relaciones humanas.		
	Puntualidad.		
	Buena presencia		
	Capacidad para negociar		
	Don de mando (delegar funciones)		
	Destreza para resolver problemas		
	Ética profesional		
	Manejo de equipos		
	Atención al cliente.		

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 76 Perfil del Steward

PUESTO		Stewart
FORMACION REGLADA	REQUERIDA	Bachiller
FORMACION TECNICA	REQUERIDA	Conocimiento de cocina industrial Conocimiento de equipos de cocina Conocimientos básicos sobre productos químicos de limpieza. Conocimientos de técnicas culinarias Conocimiento de lenguaje culinario.
EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL		Recomendado, no indispensable
REQUERIMIENTOS		Excelentes relaciones humanas. Puntualidad. Buena presencia Capacidad para negociar Ser honesto y trabajador Indispensable presentación e higiene personal Ética profesional Manejo de suministros de limpieza Atención al cliente.

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 77 Costes Salariales

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	TOTAL INGRESOS	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	FONDO DE RESERVA
Administrador	600	7200	7200	874,8	292,00	600	600
Chef	600	7200	7200	874,8	292,00	600	600
Ayudante 1	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300
Ayudante 2	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300
Cajero	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300
Stewart	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300
Mesero	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300
Mesero	300	3600	3600	437,4	292,00	300	300
TOTAL	3000,00	36000,00	36000,00	4374,00	2336,00	3000,00	3000,00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

v. Organización de la empresa.

Es necesario determinar la organización empresarial del punto gastronómico “LAS ORILLAS” el mismo que corresponde al proceso de organización de los recursos humanos financieros y materiales de los que dispone la empresa con el establecimiento del marco funcional en el que habrá de operar el grupo social, ya que establece la disposición y la correlación de funciones jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos, sistematizando todas las actividades y recursos de la empresa coordinándose racionalmente a fin de facilitar el trabajo y la eficiencia.

El propósito de la organización es permitir la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente eliminando duplicidad de trabajo, estableciendo canales de comunicación en donde se represente la estructura oficial de la empresa.

vi. Programa Operativo

Se determina todas las actividades a realizar dentro del tiempo que se presta el servicio.

Para una mejor planificación del programa operativo se lo realiza en cuadros uno por cada mes de trabajo

Cuadro N°- 78 Programa Operativo

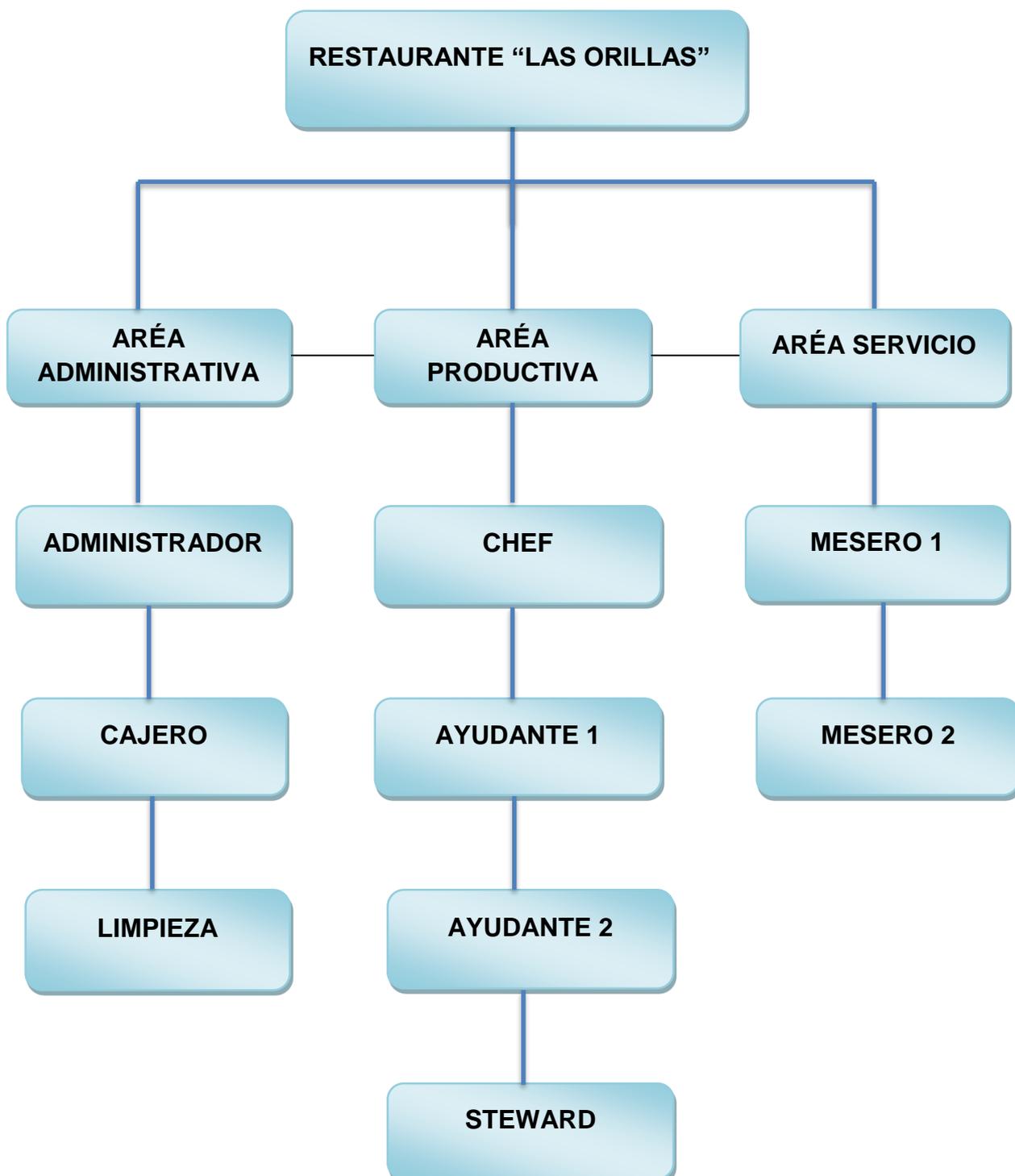
FECHA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
PRIMER MES	Capacitación al personal sobre las normas y reglas del restaurante	Administrador
Semana 1	Inicio del servicio, atención normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Capacitación al personal sobre atención al cliente. El último día del mes atención normal.	
SEGUNDO MES	Atención Normal	Chef
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Capacitación al personal sobre la inocuidad de los alimento	
TERCER MES		Chef
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención Normal	
CUARTO MES		Administrador
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Capacitación al personal sobre sanitación	
QUINTO MES		Chef
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención Normal	
SEXTO MES		Chef
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Capacitación al personal atención al cliente	
SEPTIMO MES		Chef
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención Normal	
OCTAVO MES		

Semana 1	Atención Normal	Chef
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Capacitación al personal sobre manejo adecuado de los alimentos	
NOVENO MES		Administrador
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención Normal	
DECIMO	Atención Normal	
Semana 1	Atención Normal	Chef
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención al personal sobre el uso adecuado del cloro	
ONCEAVO MES		Chef
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención Normal	
DOCEAVO MES		Administrador
Semana 1	Atención Normal	
Semana 2	Atención Normal	
Semana 3	Atención Normal	
Semana 4	Atención Normal	
LOS VIERNES DE CADA SEMANA SE REALIZARA LA LIMPIEZA Y DESINFECCION TOTAL		Responsable todo el personal
TODOS LOS VIERNES DE CADA MES SE REALIZARAN LA RECEPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA		Responsable personal encargado

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

vii. Organigrama Empresarial

Figura N°- 06 Organigrama Empresarial



viii. Selección y Contratación del Personal

1. Selección.

Para la selección del personal se tomara en cuenta a las personas que contribuyan positivamente con lo que la empresa busca, que reúnan las capacidades requeridas para desempeñar un cargo, cuenten con el tiempo requerido, y se adapten de manera eficaz al ritmo de la empresa.

Se publicara en medio escrito el personal que la empresa necesita, contactos con universidades, centros de capacitación u otros centros de estudio, colocación de anuncios en la puerta de la empresa y se hará uso también del internet en una página web de anuncios

Los parámetros a tomar en cuenta para a selección son los siguientes:

- Conocimientos en el área solicitada
- Experiencia
- Valores
- Ética Profesional
- Aptitud
- Actitud
- Disponibilidad de Tiempo

2. Costos de selección de personal

Cuadro N°- 79 Costos de selección de personal

MEDIO	FRECUENCIA	COSTO
Prensa escrita	Dos anuncios semanales en clasificados, descripción básica del cargo	\$ 60,00
Llamadas telefónicas a Instituciones	Dos veces a la semana	\$ 5,00
Internet	Página autorizada para colocar anuncios (gratuito)	\$ 0,00
Anuncio en la puerta de la Empresa	Hojas con la descripción del cargo requerido	\$ 2,00
TOTAL		\$ 67,00

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

e. ASPECTOS ECONÓMICO - FINANCIEROS

i. Objetivos Empresariales

Se define el propósito fundamental y el contexto dentro del cual se desarrollan las actividades de la empresa, son los fines a los que se quiere llegar.

1. Corto Plazo

El objetivo a corto plazo, dentro del primer año de funcionamiento, es el de obtener liquidez, lo que se verá reflejado en la obtención del capital de trabajo suficiente para mantener funcionando el punto gastronómico.

2. Mediano Plazo

Como objetivo se tiene fijado dentro del plazo que empieza desde el primer año hasta el tercer año, para que genere la rentabilidad económica y financiera que se determinó dentro del proyecto.

3. Largo Plazo

El objetivo será el de un crecimiento de las ventas, siempre direccionando hacia la competitividad, lo cual se refleja mayor utilidad, lo que permitirá la inversión y la reinversión.

4. Creación del valor

Es lo que permite llegar con mayor facilidad a ser reconocida como una empresa competitiva y de bases sólidas, lo que se refiere principalmente a las decisiones administrativas que se asumieran, tomando en cuenta lo innovador del servicio, manteniendo la calidad y cumpliendo con todas las metas propuestas.

ii. Estructura del Balance

1. Capital de Trabajo

Cuadro N°- 80 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	1.724,56
Mano de Obra Directa	2.150,00
CIF	81,50
Total Capital de Trabajo	3.956,06

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

1.1 Gastos

Cuadro N°- 81 Activo diferido

Activos Diferidos	
Gastos de Organización	211,50
Gastos de Constitución	116
Gastos de Investigación	500
Gastos de Instalación	200
Total Inversión Diferida	1.027,50

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

1.2 Depreciación de Activos fijos

Cuadro N°- 82 Depreciación de Activos Fijos

Rubro	Valor	%	1	2	3	4	5	Valor residual
Equipo de cocina	25.228.00	0.1	2522.8	2522.8	2522.8	2522.8	2522.8	12614
Equipo de computo	1300.00	0.33	429	429	429	429	429	2145
Muebles y Enseres	650.00	0.1	65	65	65	65	65	325
Total	27178		3016.8	3016.8	3016.8	3016.8	3016.8	

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

1.3 Amortización de Activos Diferidos

Cuadro N°- 83 Amortización de Activos Diferidos

	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto de Organización	\$ 211,50	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40
Gasto de Constitución	\$ 116,00	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40
Gasto de Investigación	\$ 500,00	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40
Gastos de Instalación	\$ 200,00	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40
TOTAL	\$ 1.027,50					

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

1.4 Presupuesto de ingresos

Cuadro N°- 84 Previsión de Ventas

Rubro / Año	2013	Porcentaje de inflación promedio anual	2014	2015	2016	2017
Pax	100	4.81%	104.81	109.85	115.13	120.67
Costo promedio	4.50	4.81%	4.72	4.95	5.19	5.44
Total ventas diarias	450.00	4.81%	471.64	494.33	518.11	543.03
Total ventas mensuales	13.500	4.81%	649.35	680.58	713.32	747.63
Ventas Netas al Año	16.2000.00	4.81%	16.9792,2	177959.2	186519.04	195490.61

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

2. Inversiones del proyecto

Cuadro N°- 85 Resumen de Inversión

RUBRO	VALORES
INVERSIÓN FIJA	
Terrenos	10.000,00
Construcción	47.866,72
Maquinaria y equipos de cocina	25.228,00
Menaje y vajilla	7.169,80
Muebles y enseres	650,00
Equipo de cómputo	1.300,00
Suministros y materiales	307,40
Total Inversión Fija	92.521,92
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	1.724,56
Mano de Obra Directa	2.150,00
CIF	81,50
Total Capital de Trabajo	3.956,06
INVERSIÓN DIFERIDA	
Gastos de Organización	211,50
Gastos de Constitución	116
Gastos de Investigación	500
Gastos de Instalación	200

Total Inversión Diferida	1.027,50
GASTOS DE OPERACIÓN	
Gastos Administrativos	600,00
Gastos de Ventas	750,00
Total Gastos de Operación	1350,00
GASTOS FINANCIEROS	404,28
TOTAL INVERSIONES	\$ 99.259,76

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

3. Cuenta de Resultados

Cuadro N°- 86 Financiamiento

APORTE PROPIO	84.259,76
CREDITO COAC. EL SACRARIO	15.000,00
TOTAL	\$99.259.76

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

4. Estado de Situación Inicial

Cuadro N°- 87

PUNTO GASTRONÓMICO "LAS ORILLAS" ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2012

Activos		Pasivo	
Activos Corrientes:		Pasivo Corriente	
		Pasivo a largo	
Activo Disponible	5.710,34	Plazo	19405,26
Caja	5.710,34	Intereses Bancario	4.405,26
Activos Realizable	7.477,20	Préstamo	15.000,00
Menaje y Vajilla	7.169,80		
Inventarios	307,40	Total Pasivos	19.405,26
		Patrimonio	79.854,50
Activos Fijos	85.044,72	Capital	79.854,50
Terreno	10.000,00	Total Patrimonio	79.854,50
Edificio	47.866,72		
Equipos de cocina	25.228,00		
Equipos de computo	1.300,00		
Muebles y Enseres	650,00		
Activos Intangibles	1.027,50		
Gastos de Organización	211,50		
Gastos de Constitución	116,00		
Gastos de Investigación	500,00		
Gastos de Instalación	200,00		
Total de Activo	99.259,76	Total pasivo + Patrimonio	99.259,76

Elaborado por

Revisado por

Aprobado por

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

5. Balance General

Cuadro N°- 88 Balance General Proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Corriente	\$ 13.187,54	\$ 39.156,58	\$ 37.842,31	\$ 35.654,60	\$ 32.982,56	\$ 38.467,71
Activo Fijo	\$ 85.044,72	\$ 85.044,72	\$ 85.044,72	\$ 85.044,72	\$ 85.044,72	\$ 85.044,72
Depreciación acumulada		\$ 3.016,80	\$ 3.016,80	\$ 3.016,80	\$ 3.016,80	\$ 3.016,80
Activo diferido	\$ 1.027,50	\$ 822,10	\$ 616,70	\$ 411,30	\$ 205,40	\$ 0,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 99.259,76	\$ 122.006,60	\$ 120.486,93	\$ 118.093,82	\$ 115.215,88	\$ 120.495,63
Pasivo corriente	\$ 4.405,26	\$ 134,98	\$ 97,05	\$ 53,78	\$ 0,00	\$ 0,00
Pasivo largo plazo	\$ 15.000,00	\$ 11.955,71	\$ 8.482,62	\$ 4.520,35	\$ 0,00	\$ 0,00
Patrimonio	\$ 79.854,50	\$ 79.854,50	\$ 79.854,50	\$ 79.854,50	\$ 79.854,50	\$ 79.854,50
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 30.061,41	\$ 32.052,76	\$ 33.665,19	\$ 35.361,38	\$ 40.641,13
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 99.259,76	\$ 122.006,60	\$ 120.486,93	\$ 118.093,82	\$ 115.215,88	\$ 120.495,63

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

6. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro N°- 89 Estado de Pérdidas y Ganancias

Rubro / Año	1	2	3	4	5
Ventas netas	108.000,00	113.194,80	118.639,4	124.345,95	130.326,99
(-) Costo de Producción	47.447,72	49.729,96	52.121,97	54.629,03	57.256,68
(=) Utilidad Bruta	60.552,28	63.464,84	66.517,43	69.716,92	73.070,31
(-) Gasto de Administración	7.200,00	7.546,32	7.909,29	8.289,72	8.688,45
(-) Gasto de Venta	9.000,00	9432,90	9.886,62	10.362,16	10.860,57
(-) Gasto Financiero	4.851,36	4.851,36	4.851,36	4.851,36	
(=) Utilidad antes de Participación	39.500,92	41.634,26	43.870,16	46.213,68	53.521,29
(-) 15% Participación	5.925,14	6.245,13	6.580,52	6.932,05	8.028,19
Utilidad antes del Impuesto	33.575,78	35.389,12	37.289,63	39.281,62	45.493,09
(-) Impuesto a la Renta	3.514,37	3.336,36	3.621,44	3.920,24	4.851,96
Utilidad del ejercicio	30.061,41	32.052,76	33.665,19	35.361,38	40.641,13

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 90 Costos fijos

COSTOS / GASTOS	VALOR
MOD	2.150,00
Sueldos Administrativos	7.200,00
Aporte Patronal Ice y Secap Administrativo	874,80
Beneficios Sociales Administrativo	1792,00

Depreciación de Activos fijos Administrativa	27.178,00
Sueldos Ventas	7.200,00
Aporte Patronal Iece y Secap Ventas	874,80
Beneficios Sociales Ventas	1.792,00
Depreciación de Activos fijos Venta	7.800,00
CIF	978,00
TOTAL	57.839,60

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

Cuadro N°- 91 Costos Variables

COSTOS / GASTOS	VALOR
MPD	20.694,72
TOTAL	20.694,72

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

CF= 57.839,60

CV= 20.694,72

Ingresos = 108.000,00

7. Determinación de los flujos neto del efectivo

**Cuadro N°- 92 RESTAURANTE "LAS ORILLAS"
FLUJO NETO DE CAJA**

	RUBRO	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
MAS	Ventas		\$ 108.000,00	\$ 113.194,80	\$ 118.639,40	\$ 124.345,95	\$ 130.326,99
MAS	valor de salvamento						\$ 82.027,92
MENOS	Costos de producción		\$ 47.447,72	\$ 49.729,96	\$ 52.121,97	\$ 54.629,03	\$ 57.256,68
MENOS	Costos administrativos		\$ 7.200,00	\$ 7.546,32	\$ 7.909,29	\$ 8.289,72	\$ 8.688,45
MENOS	Costos de Ventas		\$ 9.000,00	\$ 9.432,90	\$ 9.886,62	\$ 10.362,16	\$ 10.860,57
MENOS	costos Financieros		\$ 4.851,36	\$ 4.851,36	\$ 4.851,36	\$ 4.851,36	
MENOS	Amortización		\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40	\$ 205,40
IGUAL	Utilidad antes de Repato e impuestos		\$ 39.295,52	\$ 41.428,86	\$ 43.664,76	\$ 46.008,28	\$ 135.343,81
MENOS	Reparto de utilidades		\$ 5.925,14	\$ 6.245,13	\$ 6.580,52	\$ 6.932,05	\$ 8.028,19
IGUAL	Utilidades antes de impuestos		\$ 33.370,38	\$ 35.183,73	\$ 37.084,24	\$ 39.076,23	\$ 127.315,62
MENOS	Impuestos		\$ 3.514,37	\$ 3.366,36	\$ 3.621,44	\$ 3.920,44	\$ 4.851,96
IGUAL	Utilidad neta		\$ 29.856,01	\$ 31.817,37	\$ 33.462,80	\$ 35.155,79	\$ 122.463,66
MAS	Depreciaciones		\$ 3.016,80	\$ 3.016,80	\$ 3.016,80	\$ 3.016,80	\$ 3.016,80
MENOS	Inversiones maq. Y equipo	-\$ 25.228,00					
MENOS	Inv. Terreno y obra física	-\$ 57.866,72					
MENOS	Inversión otros	-\$ 750,00					
MENOS	Inv. Act. Nominal						
MENOS	Inv. Capital de trabajo		-\$ 3.956,06				
MENOS	Vehículo						
MENOS	Imprevistos						
MAS	Recuperación capital de trabajo						
MAS	Préstamo	\$ 15.000,00					
MENOS	Amort. Préstamo		-\$ 11.955,71	-\$ 8.482,62	-\$ 4.520,35		
	FLUJO DE CAJA	-\$ 68.844,72	\$ 40.872,46	\$ 43.316,79	\$ 40.999,95	\$ 38.172,59	\$ 125.480,46

8. Viabilidad Financiera

CALCULO DEL VAN:

VAN 1(Valor Actual Neto):

$$\mathbf{VAN\ 1 = -I + \frac{FNE1}{(1,20)^1} + \frac{FNE2}{(1,20)^2} + \frac{FNE3}{(1,20)^3} + \frac{FNE4}{(1,20)^4} + \frac{FNE5}{(1,20)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 1 = -99.259,76 + \frac{25.872,47}{(1,20)^1} + \frac{31.361,08}{(1,20)^2} + \frac{32.517,33}{(1,20)^3} + \frac{33.652,25}{(1,20)^4} + \frac{125.480,46}{(1,20)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 1 = -99.259,76 + 21.560,91 + 21.778,57 + 18.817,89 + 16.228,9 + 50.427,78}$$

$$\mathbf{VAN\ 1 = -99.259,76 + 128.814,05}$$

$$\mathbf{VAN1 = 29554,29}$$

VAN 2 (Valor Actual Neto):

$$\mathbf{VAN\ 2 = -I + \frac{FNE}{(1,30)^1} + \frac{FNE}{(1,30)^2} + \frac{FNE}{(1,30)^3} + \frac{FNE}{(1,30)^4} + \frac{FNE}{(1,30)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 2 = -99.259,76 + \frac{25.872,47}{(1,30)^1} + \frac{31.361,08}{(1,30)^2} + \frac{32.517,33}{(1,30)^3} + \frac{33.652,25}{(1,30)^4} + \frac{125.480,46}{(1,30)^5}}$$

$$\mathbf{VAN\ 2 = -99.259,76 + 20.056,18 + 18.845,67 + 15.147,67 + 12.152,21 + 35.125,91}$$

$$\mathbf{VAN\ 2 = -99.259,76 + 101.327,64}$$

$$\mathbf{VAN\ 2 = 2.067,88}$$

Cuadro N°- 93 Calculo del Van

Años	VAN 1 (20%)	VAN 2 (30%)
0	\$ 68.844,72	\$ 68.844,72
1	\$ 21.560,91	\$ 20.056,18
2	\$ 21.778,57	\$ 18.845,67
3	\$ 18.817,89	\$ 15.147,67
4	\$ 16.228,90	\$ 12.152,21
5	\$ 50.427,78	\$ 35.125,91
TOTAL	\$ 128.814,05	\$ 101.327,64

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

$$TIR = tim + (Tim - tim) \frac{\sum v_{antim}}{\sum v_{antim} - \sum v_{antim}}$$

$$TIR = 0,20 + (0,30 - 0,20) \frac{128.814,05}{128.814,05 - 101.327,64}$$

$$TIR = 0,20 + (0,10) (4,68)$$

$$TIR = 0,20 + 0,46$$

$$TIR = 0,66 = 66 \%$$

Cuadro N°- 94 Relación Beneficio Costo

AÑOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	108.000,00	47.447,72
2	113.194,80	49.729,96
3	118.639,40	52.121,97
4	124.345,95	54.629,03
5	130.326,99	57.256,68
TOTAL	594.507,14	261.185,36

Elaborado por: Dorys Pucha C. (2012)

$$R B / C = \frac{\sum Ingresos}{\sum Egresos}$$

$$R B / C = \frac{594.507,14}{261.185,35}$$

$$R B / C = 2,26$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{57.839,60}{1 - \frac{20.694,72}{108.000,00}}$$

$$PE = \$ 71.549,81$$

CÁLCULO DEL PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

$$\text{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\text{PRI} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

a = 2 años

b = 68.844,72

c = 43.316,79

d = 40.999,59

$$\text{PRI} = 2 + \frac{68.844,72 - 43.316,79}{40.999,59}$$

PRI = 2,62

CALCULO DEL TRM (Tasa de Rendimiento Medio)

El **TRM** con una tasa de inflación del 9% es tomando como base que el costo de oportunidad es del 10%:

$$\text{TRM} = (1 + I_f) (1 + C_k) - 1$$

I_f = Tasa de inflación

C_k = Costo de Capital o de oportunidad

$$\text{TRM} = (1+0,09) (1+0,10) - 1$$

$$\text{TRM} = (1,09) (1,10) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,19$$

$$\text{TRM} = 19\%$$

f. ASPECTOS AMBIENTALES

Por impacto ambiental se entiende el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural.

Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social. Mientras los efectos perseguidos suelen ser positivos, al menos para quienes promueven la actuación, los efectos secundarios pueden ser positivos y, más a menudo, negativos.

REDUCIR

Quiere decir utilizar menos primeras materias, menos agua y menos energía. Que es uno de los asuntos y problemas más graves por resolver dentro del campo ecológico ambiental es el, del consumo.

El consumismo es el consumo patológico, su existencia en nuestra sociedad es patente. Para sostener e incrementar el consumismo, se tiene que recurrir entre otros rubros, a la explotación acelerada y hasta dispendioso no solo de las materias primas si no de los empleados que participan en los procesos de producción y distribución.

REUTILIZAR

Segunda erre más importante, igualmente debido a que también reduce impacto en el medio ambiente, indirectamente. Ésta se basa en reutilizar un objeto para darle una segunda vida útil. Todos los materiales o bienes pueden tener más de una vida útil, bien sea reparándolos para un mismo uso o con imaginación para un uso diferente.

RECICLAR

Ésta es la *erre* más popular debido a que el sistema de consumo actual ha preferido usar envases de materiales reciclables (plásticos y vidrios sobre todo), pero no biodegradables. De esta forma se genera empleo en el proceso.

Quiere decir utilizar los residuos para elaborar nuevos productos. Se refiere a la transformación de materiales que ya hayan sido utilizados.

i. Impacto Ambiental del proyecto

Con este estudio se va a predecir los impactos ambientales que producirán la creación de la Planta de Producción y la formulación de medidas de mitigación sobre aquellas acciones negativas para el medio ambiente.

Se identificarán las principales actividades que se realizarán en el proyecto y que pueda causar diferentes impactos sobre el medio ambiente.

Las actividades identificadas:

1. Construcción del Restaurante y Equipamiento: se producirá ruido, para la colocación de maquinarias y equipos que generara, molestias visuales para las personas que transiten por el lugar.

2. Impactos durante la operación: se analizaran las acciones durante la operación del Restaurante, existiendo la generación de desechos sólidos por la producción y generación.

ii. **Acciones remediales**

1. Construcción para el Punto Gastronómico y equipamiento: utilizar los sitios designados para la construcción. Al terminar se procederá a la recolección y manejo de desechos.

2. Impactos durante la Operación: los tratamientos que se darán para los desechos sólidos durante la producción se detallan a continuación:

En recipientes de color verde oscuro: en el uno se depositaran los residuos orgánicos y en el otro los residuos inorgánicos dentro del área de producción.

Los residuos orgánicos (cascaras de frutas, cortezas de papas, hortalizas, cascaras de huevo y restos de comida) pueden ser procesados transformando la materia orgánica en humus.

Para los residuos orgánicos como restos de comida se manejaran reglas para esto:

- Evitar la acumulación de basura dentro o fuera del Establecimiento.
- Sacar la basura diariamente de la área de producción y pre – producción de esta manera para evitar la acumulación y contaminación.
- Usar contenedores apropiados y de fácil uso.
- Almacenar los contenedores desinfectados sobre superficies lisas y en lugares adecuados.
- Mantener los contenedores siempre cerrados y limpios.
- Mantener la basura en áreas designadas.
- Tener un área designada para lavar y desinfectar los contenedores de basura.
- Limpiar y lavar los contenedores frecuentemente después de sacar la basura.
- El volumen de basura y desperdicios pueden ser reducidos usando trituradores con los que se muelen y luego pueden ser descartados

En recipiente de color azul: se depositaran todo tipo de envases ligeros como envases de plásticos botellas, bolsas, fundas de papel y cajas de cartón.

En recipiente verde claro: se depositara vidrio, previamente retirando las tapas. Estos desechos una vez reciclados se convertirán en una solución al problema de contaminación del establecimiento.

iii. **Medidas de Seguridad Industrial**

- Todo accidente laboral será registrado y comunicado a la Dirección de Riesgos de Trabajo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Mantener despejados los espacios que rodean a extintores, llaves, tomacorrientes, etc.
- Mantener las herramientas y materiales de cocina en orden después de cada uso.
- Se colocaran señalizaciones en caso de haber algún riesgo para la evacuación inmediata.
- El personal tendrá la capacitación constante de normas de seguridad y prevención de accidentes.
- Clasificar la basura una vez reciclados se convertirán en una solución al problema de contaminación del establecimiento.

iv. **Tecnología alternativa para reducir la basura**

La basura es una invención del ser humano. Prácticamente todos los productos obtenidos de la Naturaleza pueden ser reutilizables como materias primas en el proceso de fabricación.

Los términos claves para lograr este propósito: Reducir - Rehusar - Reciclar.

Para REDUCIR la basura se debe evitar:

- El exceso de envoltorios
- La compra de productos embalados con materia no reciclables
- Los envases descartables
- Los productos de limpieza tóxicos (destapa cañerías)
- Plantas y /o flores artificiales
- Uso de vajillas desechables.

Para REHUSAR:

- Los envases retornables
- Los productos reusables
- Los filtros de telas lavables
- Los paños de tela.

Para RECICLAR:

Reciclar significa volver a usar los materiales ya utilizados (residuos) para que formen parte de nuevos productos similares, con beneficios como estos:

- Disminución del volumen total de los desechos que votan como basura
- Reducción del uso de los recursos naturales: arboles, petróleo, cartón, gas, etc.
- Reducción de la contaminación del suelo por disposición de la basura.

IX. CONCLUSIONES

- Se determina que el proyecto es factible de acuerdo a los indicadores financieros: donde el VAN (Valor Actual Neto) es \$128.814,05 ideal para la operacionalización, y en donde la TIR (Tasa Interna de Retorno) del 66% que es favorable para su viabilidad, y el PRI (Período de recuperación de la inversión) es en dos años, dos meses, dos días.
- La empresa será cada vez será más competitiva con sus actividades comerciales, y con el fin de conseguir estabilidad, la necesidad es, consolidar su negocio por medio de sus ventas.
- Es necesario realizar una planificación técnica- profesional de los requisitos de personal y estructurar las Instrucciones Especiales de Procedimiento real, cumpliendo con todas las necesidades del proyecto para su correcta operación.
- Un proyecto con los procesos planificados, organizados, bien estructurados, son entes que preservan el medio ambiente, y aportan con un crecimiento, desarrollo y evolución de métodos en beneficio del Ecosistema.

X. **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la implementación del Punto Gastronómico en el Cantón Colta, para brindar una correcta alimentación y servicio a los turistas, satisfaciendo así sus necesidades.
- Se recomienda la ejecución secuencial del Plan de Empresa, para una mejor estructuración y conformación organizacional, encaminada a cumplir los objetivos propios de la Empresa.
- Se recomienda cumplir con los objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo, de manera que a futuro pueda consolidarse y ser reconocida por su servicio de calidad, y obtenga reconocimiento Regional y Nacional.
- Se recomienda mantener los presupuestos a fin de conseguir una estabilidad en los flujos de caja y sus estados financieros, los mismos que indicaron la viabilidad del proyecto.

XI. **BIBLIOGRAFÍA**

- **Hernández, R. Fernández, C.** Metodología de la investigación, México: Mc Graw – Hill, 2008. 480p.
- **NARVAEZ, F,** Catering y Eventos, Texto Básico Riobamba: ESPOCH. 2006. 30p.
- **Vallejo, M.** Marketing Mix, Texto Básico Riobamba: ESPOCH. 2009. 80p.
- **Veloz, N.** Técnicas de servicio, Texto Básico Riobamba: ESPOCH. 2008. 50p.
- **Sutherland, D.** Servicio de Restaurantería: Manejo Eficiente de los Elementos para el Servicio Profesional de Comidas. México: Trillas 1997. 208p.
- **Gallego, J.** Marketing para Hoteles y Restaurantes: en los nuevos Escenarios. Madrid: Paraninfo. 2009. 289 p.
- **CANTÓN COLTA (HISTORIA)**
<http://www.hoy.com>
2012-06-05

- **CANTÓN COLTA (LEYENDA)**

<http://www.hoy.com.>

2012-06-05

- **COLTA LAGUANA (UBICACIÓN GEOGRAFICA)**

<http://www.viajandox.com.>

2012-06-05

- **GASTRONOMIA ECUADOR (DESCRIPCIÓN)**

<http://www.arecetas.com.>

2012-06-05

- **RESTAURANTES (EQUIPAMIENTO)**

[http://es.wikipedia.org/wiki/.](http://es.wikipedia.org/wiki/)

2012-06-05

- **IMPACTO AMBIENTAL (3 R)**

<http://www.rrr.com.>

2012-06-05

XII. ANEXOS

Anexo1

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

ENCUESTA

La encuesta se realizará con la finalidad de determinar a los consumidores potenciales para la creación del punto gastronómico en el Malecón Escénico Laguna de Colta.

Ponga su edad en años

_____Años

Cuál es su sexo

Hombre _____

Mujer _____

1. ¿Qué turista es?

Nacional _____

Extranjero _____

Local _____

2. ¿Con que frecuencia visita el Malecón escénico Laguna de Colta?

Siempre _____

Frecuente _____

A veces _____

Pocas veces _____

3. ¿Desearía que se cree un punto gastronómico en la Laguna de Colta?

SI ()

NO ()

4. ¿Usted prefiere un restaurante de magnitud?

Pequeño _____

Mediano _____

Grande _____

5. ¿Cuándo usted llega a un restaurante que prefiere?

Buen trato _____
Buen servicio _____
Buena comida _____
Buen ambiente _____

6. ¿Qué tipo de decoración le gustaría a un restaurante?

Autóctono _____
Indígena _____
Cultural _____
Contemporáneo _____
Exótico _____
Otros cual _____

7. ¿Qué tipo de menú le gustaría que le ofrezcan?

Menú serrano _____
Menú costeño _____
Menú oriental _____
Menú de la casa _____
Otro cual _____

8. ¿Desearía que un restaurante tenga estacionamiento para vehículos?

SI ()
NO ()

9. ¿Cuánto pagaría actualmente por un menú?

\$ _____

10 ¿A través de que medio usted se informa de este tipo de servicio?

Televisión _____
Prensa _____
Internet _____
Otros _____

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2

Financiamiento

APORTE PROPIO	Capital Propio
Terrenos	10.000,00
Edificio	47.866,72
Maquinaria y equipos de cocina	25.228,00
Gastos de Ventas	750,00
Total aporte personal	83844,72
CREDITO COAC. EL SACRARIO	Capital Financiado
Menaje y Vajilla	7.169,80
Muebles y enseres	650,00
Equipo de cómputo	1.300,00
Suministros y materiales	307,40
Materia Prima Directa	1.724,56
Mano de Obra Directa	2.150,00
CIF	81,50
Gastos de Organización	211,50
Gastos de Constitución	116
Gastos de Investigación	500
Gastos de Instalación	200
Gastos Administrativos	600,00
Total Crédito Coac. El Sagrario	15.010,76
Gasto financiero	404,28
TOTAL	\$99.259,76

Anexo 3

COOPERATIVA EL SAGRARIO

MONTO \$ 15.000,00

PORCENTAJE 13,25% **Anual** 1,10%

P LAZO 4 **Años** 48

N°	FECHA	CAPITAL	INTERES	CUOTA	SALDO
0	01/01/2013				\$ 15.000,00
1	31/01/2013	\$ 238,65	\$ 165,63	\$ 404,28	\$ 14.761,35
2	02/03/2013	\$ 241,29	\$ 162,99	\$ 404,28	\$ 14.520,06
3	01/04/2013	\$ 243,95	\$ 160,33	\$ 404,28	\$ 14.276,11
4	01/05/2013	\$ 246,64	\$ 157,63	\$ 404,28	\$ 14.029,47
5	31/05/2013	\$ 249,37	\$ 154,91	\$ 404,28	\$ 13.780,10
6	30/06/2013	\$ 252,12	\$ 152,16	\$ 404,28	\$ 13.527,98
7	30/07/2013	\$ 254,90	\$ 149,37	\$ 404,28	\$ 13.273,08
8	29/08/2013	\$ 257,72	\$ 146,56	\$ 404,28	\$ 13.015,36
9	28/09/2013	\$ 260,56	\$ 143,71	\$ 404,28	\$ 12.754,79
10	28/10/2013	\$ 263,44	\$ 140,83	\$ 404,28	\$ 12.491,35
11	27/11/2013	\$ 266,35	\$ 137,93	\$ 404,28	\$ 12.225,00
12	27/12/2013	\$ 269,29	\$ 134,98	\$ 404,28	\$ 11.955,71
13	26/01/2014	\$ 272,27	\$ 12,01	\$ 404,28	\$ 11.683,44
14	25/02/2014	\$ 275,27	\$ 129,00	\$ 404,28	\$ 11.408,17
15	27/03/2014	\$ 278,31	\$ 125,97	\$ 404,28	\$ 11.129,86
16	26/04/2014	\$ 281,38	\$ 122,89	\$ 404,28	\$ 10.848,47
17	26/05/2014	\$ 284,49	\$ 119,79	\$ 404,28	\$ 10.563,98
18	25/06/2014	\$ 287,63	\$ 116,64	\$ 404,28	\$ 10.276,35
19	25/07/2014	\$ 290,81	\$ 113,47	\$ 404,28	\$ 9.985,54
20	24/08/2014	\$ 294,02	\$ 110,26	\$ 404,28	\$ 9.691,52
21	23/09/2014	\$ 297,27	\$ 107,01	\$ 404,28	\$ 9.394,26
22	23/10/2014	\$ 300,55	\$ 103,73	\$ 404,28	\$ 9.093,71
23	22/11/2014	\$ 303,87	\$ 100,41	\$ 404,28	\$ 8.789,84
24	22/12/2014	\$ 307,22	\$ 97,05	\$ 404,28	\$ 8.482,62
25	21/01/2015	\$ 310,61	\$ 93,66	\$ 404,28	\$ 8.172,01
26	20/02/2015	\$ 314,04	\$ 90,23	\$ 404,28	\$ 7.857,97
27	22/03/2015	\$ 317,51	\$ 86,77	\$ 404,28	\$ 7.540,45
28	21/04/2015	\$ 321,02	\$ 83,26	\$ 404,28	\$ 7.219,44
29	21/05/2015	\$ 324,56	\$ 79,71	\$ 404,28	\$ 6.894,88
30	20/06/2015	\$ 328,15	\$ 76,13	\$ 404,28	\$ 6.566,73
31	20/07/2015	\$ 331,77	\$ 72,51	\$ 404,28	\$ 6.234,96
32	19/08/2015	\$ 335,43	\$ 68,84	\$ 404,28	\$ 5.899,53
33	18/09/2015	\$ 339,14	\$ 65,14	\$ 404,28	\$ 5.560,39
34	18/10/2015	\$ 342,88	\$ 61,40	\$ 404,28	\$ 5.217,51
35	17/11/2015	\$ 346,67	\$ 57,61	\$ 404,28	\$ 4.870,85
36	17/12/2015	\$ 350,49	\$ 53,78	\$ 404,28	\$ 4.520,35
37	16/01/2016	\$ 354,36	\$ 49,91	\$ 404,28	\$ 4.165,99
38	15/02/2016	\$ 358,28	\$ 46,00	\$ 404,28	\$ 3.807,71
39	16/03/2016	\$ 362,23	\$ 42,04	\$ 404,28	\$ 3.445,48
40	15/04/2016	\$ 366,23	\$ 38,04	\$ 404,28	\$ 3.079,25
41	15/05/2016	\$ 370,28	\$ 34,00	\$ 404,28	\$ 2.708,97
42	14/06/2016	\$ 374,36	\$ 29,91	\$ 404,28	\$ 2.334,61
43	14/07/2016	\$ 378,50	\$ 25,78	\$ 404,28	\$ 1.956,11
44	13/08/2016	\$ 382,68	\$ 21,60	\$ 404,28	\$ 1.573,43
45	12/09/2016	\$ 386,90	\$ 17,37	\$ 404,28	\$ 1.186,53
46	12/10/2016	\$ 391,17	\$ 13,10	\$ 404,28	\$ 795,36
47	11/11/2016	\$ 395,49	\$ 8,78	\$ 404,28	\$ 399,86
48	11/12/2016	\$ 399,86	\$ 4,42	\$ 404,28	\$ (0,00)
		Total Prestamo	Total Interes	Prestamo Total	Pago Annual
		\$ 15.000,00	\$ 4.405,26	mes Interes	\$ 1.940,53
				\$ 19.405,26	