



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

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL
RESTAURANTE “LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO”,
EN EL BARRIO GÜITIG, PARROQUIA MACHACHI, CANTÓN
MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA 2012”**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

EDISON REVELO PRUNA PRUNA

RIOBAMBA – ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICADO

Los miembros de tesis certifican que, el trabajo de inversión titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL RESTAURANTE “LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO”, EN EL BARRIO GÜITIG, PARROQUIA MACHACHI, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA 2012”**, de responsabilidad del Sr. Edison Revelo Pruna Pruna, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTOR DE TESIS

Lic. Pedro Badillo.

MIEMBRO DE TESIS

AGRADECIMIENTO.

Son muchas las personas especiales a las que en este momento me gustaría agradecer; su amistad, apoyo, ánimo y consejos en las diferentes etapas de mi preparación académica. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón. Sin importar donde estén y si alguna vez llegan a leer estos párrafos, quiero darles las gracias por formar parte de mí y por todo lo que me han brindado. Por ello, es para mí un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo, consecuente y expresarles mis agradecimientos

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía, y a sus docentes por brindarme los conocimientos científicos, morales y éticos los mismos que me ayudaron a obtener un título profesional de calidad.

Quiero expresar también de la manera más especial y sincera a la Ing. Silvita Tapia, al Lic. Pedro Badillo, por aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección. Su apoyo y su confianza “aunque mínima” en mi trabajo y su capacidad para guiarme ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo de esta tesis, sino también en mi formación profesional. Las ideas propias, siempre enmarcadas en la orientación y rigurosidad, han sido la clave del buen trabajo que hemos realizado juntos.

DEDICATORIA.

El cumplir un objetivo tan primordial para las personas como lo es un “Título Profesional”, no es un esfuerzo unipersonal sino también de todas aquellas personas que confiaron y apoyaron para que ese objetivo se cumpla.

Es por ello que Quiero dedicarle este esfuerzo y sacrificio en primer lugar a Dios quien es el emancipador de mi espiritualidad y quien me ha dado el hermoso privilegio de tener una gran familia que tanto amo, y es a ellos a quienes brindo este homenaje.

A Mis Papis Ernestito y Alvinita, que no me equivoco al decir que son los mejores padres del mundo, gracias por todo su esfuerzo apoyo y confianza que depositaron en mí y a pesar que todos los años de estudio la pasamos separados, nunca deje de quererlos y de ser el buen hijo que Uds. Educaron y formaron. Los quiero Mucho.

Es hora del sentimentalismo, pues es el momento de dedicarles todo este esfuerzo a mis Pequeñitos, ARIANNA Y ESTEBAN que los AMO mucho, también quiero que sepan que todo el sacrificio que hacemos; digo hacemos porque cuantas veces no estuve con Uds. por hacer mi tesis. Es por ello que les dedico esta tesis, aunque en estos momentos todavía no sepan leer, algún día aprenderán y sabrán cuan orgulloso me siento de ser su padre y lo que dicen estas líneas. A mi querida Esposita MÓNICA, (Gracias por acolitarme); te Amo, es lo único que te puedo decir, pues me quedo sin palabras y el texto sería tan

extenso para decirte y agradecerte la maravillosa mujer que eres.

A Mis Hermanos. Rodrigo, Gladys, Ernesto, que siempre me daban ánimo, y que también molestaban para que termine pronto mi carrera; solo para que vean, por fin lo logre; Sobrinos Uds. También tienen parte en esto, los quiero mucho.

Y por último no menos importantes mis amigos. No los nombro pues aunque son pocos temo olvidarme de alguno, gracias por ser amigos. 🎵 *“Siempre estarán en mí...esos buenos momentos que pasamos sin saber”* 🎵 **“Enanitos Verdes”**.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN	I
CERTIFICADO.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVII
RESUMEN.....	XIX
SUMMARY.....	XX
I. OBJETIVOS.....	4
a. GENERAL	4
b. ESPECÍFICOS.....	4
II. MARCO TEÓRICO.....	5
a. RESTAURANTE	5
i. Historia	5
ii. Tipos de Establecimientos	6
iii. Tipos de Servicio.....	7
iv. Diferencia con Otros Establecimientos.....	10
b. BAR.....	11
i. Estructura	11
ii. Función de los bares en el mundo	12
iii. Bares, Restaurantes en el Ecuador	12
iv. Bares, Restaurantes en el Cantón Mejía.....	13

c. TURISMO	13
i. Definición de Turismo.....	14
ii. El Ocio y Turismo.....	15
iii. Imagen Turística.....	15
iv. Tipos de Atractivos Turísticos.....	15
v. Turismo Gastronómico.....	16
vi. Turismo en la Parroquia de Machachi.....	17
d. EMPRENDEDOR	19
i. Evolución del concepto y definiciones.....	20
ii. Contexto Actual Y Desarrollo.....	21
iii. Investigación de mercado y marketing.....	22
e. PLAN DE EMPRESA	24
i. Objetivos.....	25
ii. Funciones.....	25
iii. Ventajas.....	26
f. ASPECTOS TÉCNICOS	26
i. Determinación del tamaño de la empresa.....	26
ii. Capacidad de producción / capacidad de oferta de servicio.	27
iii. Localización del proyecto.....	27
iv. Proceso de producción del bien / proceso de oferta de servicio.	
28	
v. Viabilidad técnica.....	28
g. ASPECTO JURÍDICO - MERCANTIL	28
i. Forma Jurídica Elegida para el Proyecto.....	29
ii. Requisitos Legales para su Apertura y Funcionamiento.....	29
iii. Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa.....	29

iv.	Gastos de constitución.....	30
h.	ESTRATEGIAS DE MARKETING	30
i.	GESTIÓN DE TALENTO HUMANO	31
i.	Determinación del talento humano.....	31
ii.	Descripción de los puestos de trabajo.....	31
iii.	Perfil de los trabajadores.....	32
iv.	Costos salariales.....	32
v.	Organización de la empresa.....	32
vi.	Programa operativo.	33
vii.	Organigrama empresarial.....	33
viii.	Selección y contratación del talento humano.	34
j.	ASPECTO ECONÓMICO - FINANCIERO	34
i.	Estructura del balance.....	35
ii.	Evaluación financiera.....	35
iii.	Valoración Del Riesgo	37
k.	ASPECTOS AMBIENTALES	39
i.	Impacto ambiental del proyecto.....	39
III.	METODOLOGÍA	41
a.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACION	41
b.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	41
i.	Técnicas de Investigación	41
ii.	Técnicas de Procedimientos para el Análisis de Resultados.	42
iii.	Área de Influencia del Proyecto.....	42
c.	UNIVERSO Y MUESTRA.....	43
i.	Universo	43
ii.	Muestra	43

iii. Tamaño de la muestra.	44
d. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS:	46
i. Investigación de mercado y marketing.	46
ii. Plan de Empresa.....	46
1. Aspectos Técnicos	47
2. Aspectos Jurídicos – Mercantiles	47
3. Estrategias de Marketing.....	47
4. Gestión del Talento Humano.....	48
5. Aspectos Económicos – Financieros.....	49
6. Aspectos Ambientales.....	50
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.	52
a. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS.	52
i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de Mercado y Marketing.	52
ii. Discusión.....	63
VI. CONCLUSIONES.	64
VII. RECOMENDACIONES.	65
VIII. PLAN DE EMPRESA.	66
a. ASPECTOS TÉCNICOS.	66
i. Determinación del tamaño de la empresa.....	66
ii. Capacidad de producción / Capacidad de oferta del servicio.....	67
iii. Localización.....	69
iv. Procesos de producción del bien / Procesos de oferta del servicio... 71	
1. Proceso De Planificación Para La Producción:	71
2. Identificación de los procesos del servicio	74
3. Recetas Estándar.....	77

v. Viabilidad Técnica.	104
b. ASPECTOS JURÍDICOS / MERCANTILES.....	110
i. Forma Jurídica Elegida Para El Proyecto.....	110
ii. Requisitos Legales Para Su Apertura Y Funcionamiento.....	112
iii. Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa.	126
iv. Gastos De Constitución.....	128
c. ESTRATEGIAS DE MARKETING.	128
i. Producto.....	128
ii. Precio.	134
iii. Distribución y Comercialización.....	135
iv. Plan de comunicación.	135
v. Estrategias de Mercado.	138
vi. Competencia.	138
d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.	142
i. Determinación del talento humano.....	142
ii. Descripción de los puestos de trabajo.....	143
iii. Perfil de los trabajadores.....	148
iv. Costos salariales.	152
v. Organización de la empresa.....	153
vi. Programa operativo.....	154
vii. Organigrama empresarial.....	155
viii. Selección y Contratación del Talento Humano	157
e. ASPECTO ECONOMICO FINANIERO	164
i. Objetivos Empresariales.....	164
1. Corto Plazo.....	164
2. Mediano Plazo.....	164

3. A Largo Plazo.....	164
4. Creación del Valor.....	164
ii. Estructura del Balance.....	172
1. Estados Financieros.....	172
2. Índices Financieros.....	180
3. Viabilidad Financiera.....	181
f. ASPECTO AMBIENTAL.....	187
i. Impacto Ambiental Del Proyecto.....	187
ii. Acciones Remediales.....	189
g. CONCLUSIONES.....	199
h. RECOMENDACIONES.....	200
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	202
X. ANEXOS.....	204

ÍNDICE DE TABLAS.

	Pág.
TABLA Nº 1. Área Protegida: Parque Nacional Cotopaxi.-----	44
TABLA Nº 2. Área Protegida: Parque Nacional Cotopaxi Estacionalidad Mensual de la Demanda: Período 2007 – 2011-----	44
TABLA Nº 3. Sexo de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.-----	52
TABLA Nº 4. Edad de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.--	53
TABLA Nº 5. Nivel de Educación-----	54
TABLA Nº 6. Lugar de procedencia de los turistas.-----	55
TABLA Nº 7. Frecuencia de Consumo.-----	56
TABLA Nº 8. Aceptabilidad de la creación de un nuevo Restaurante-----	57
TABLA Nº 9. Preferencia de Menú.-----	58
TABLA Nº 10. Sugerencia de precios.-----	59
TABLA Nº 11. Tendencias de decoración.-----	60
TABLA Nº 12. Sugerencias para el Restaurante.-----	61
TABLA Nº 13. Medios de comunicación.-----	62
TABLA Nº 14. Capacidad de producción del restaurante.-----	67
TABLA Nº 15. Ventas proyectadas.-----	67
TABLA Nº 16. Capacidad de Oferta del Servicio.-----	68
TABLA Nº 17. Receta estándar: Fritada.-----	78
TABLA Nº 18. Receta estándar: Fritada.-----	79
TABLA Nº 19. Receta estándar: Yaguarlocro.-----	80
TABLA Nº 20. Receta estándar: Seco de chivo.-----	81
TABLA Nº 21. Receta estándar: Lomo Montecristi en Salsa de Maracuyá.---	82
TABLA Nº 22. Receta estándar: Seco de Pollo.-----	83

TABLA Nº 23.	Receta estándar: Aguado de Pollo.	84
TABLA Nº 24.	Receta estándar: Sancocho de Res.	85
TABLA Nº 25.	Receta estándar: Mishque Locro de Casa.	86
TABLA Nº 26.	Receta estándar: Pollo Guisado.	87
TABLA Nº 27.	Receta estándar: Carne Asada.	88
TABLA Nº 28.	Receta estándar: Trucha al Vapor.	89
TABLA Nº 29.	Receta estándar: Calamar Estofado.	90
TABLA Nº 30.	Receta estándar: Camarones con Coco y Verde.	91
TABLA Nº 31.	Receta estándar: Bolones de Verde.	92
TABLA Nº 32.	Receta estándar: Biche de Pescado.	93
TABLA Nº 33.	Receta estándar: Ceviche de Pescado.	94
TABLA Nº 34.	Receta estándar: Ensalada con Jamón y Pasta.	95
TABLA Nº 35.	Receta estándar: Ensalada de Pollo y Tomates Secos.	96
TABLA Nº 36.	Receta estándar: Arroz con Leche.	97
TABLA Nº 37.	Receta estándar: Morocho.	98
TABLA Nº 38.	Receta estándar: Quimbolito.	99
TABLA Nº 39.	Receta estándar: Humitas.	100
TABLA Nº 40.	Receta estándar: Dulce de Higos.	101
TABLA Nº 41.	Receta estándar: Delicia Serrana.	102
TABLA. Nº 42.	Equipos de cocina.	106
TABLA. Nº 43.	Menaje y Vajilla.	107
TABLA. Nº 44.	Equipo de Cómputo.	108
TABLA. Nº 45.	Muebles y Enseres.	108
TABLA. Nº 46.	Útiles de oficina.	108

TABLA Nº 47. Útiles de Limpieza.-----	109
TABLA Nº 48. Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa.--	126
TABLA. Nº 49. Gastos de Constitución.-----	127
TABLA. Nº 50. Características Y Atributos Del Producto.-----	130
TABLA. Nº 51. Competencia Directa.-----	138
TABLA Nº 52. Análisis FODA.-----	140
TABLA Nº 53. Descripción del puesto del Gerente Administrativo.-----	143
TABLA Nº 54. Descripción del puesto del Cocinero.-----	144
TABLA Nº 55. Descripción del puesto del Ayudante de Cocina.-----	145
TABLA Nº 56. Descripción del puesto del Mesero.-----	146
TABLA Nº 57. Perfil del Gerente Administrativo.-----	147
TABLA Nº 58. Perfil del Cocinero.-----	148
TABLA Nº 59. Ayudante de Cocina.-----	149
TABLA Nº 60. Mesero.-----	150
TABLA Nº 61. Rol de Pagos.-----	151
TABLA Nº 62. Rol de Provisiones.-----	151
TABLA Nº 63. Programa Operativo.-----	153
TABLA Nº 64. Detalle de Inversiones, Equipos de Cocina.-----	164
TABLA Nº 65. Detalle de Inversiones, Menaje y Vajilla.-----	165
TABLA Nº 66. Detalle de Inversiones, Equipos de Cómputo.-----	166
TABLA Nº 67. Detalle de Inversiones, Muebles y Enseres.-----	166
TABLA Nº 68. Detalle de Inversiones, Útiles de Oficina.-----	166
TABLA Nº 69. Detalle de Inversiones, Útiles de Limpieza.-----	167
TABLA Nº 70. Detalle de Inversiones, Activos Intangibles.-----	167

TABLA Nº 71.	Detalle de Inversiones, Capital de Trabajo.	168
TABLA Nº 72.	Detalle de Inversiones, Gastos Administrativos.	168
TABLA Nº 73.	Detalle de Inversiones, Gastos de Venta.	169
TABLA Nº 74.	Detalle de Inversiones, Gastos Financieros.	169
TABLA Nº 75.	Inversiones.	170
TABLA Nº 76.	Estado de Situación Inicial.	172
TABLA Nº 77.	Costos y Gastos Salariales, Rol de Provisiones.	173
TABLA Nº 78.	Depreciaciones.	173
TABLA Nº 79.	Amortizaciones.	174
TABLA Nº 80.	Capital de Trabajo.	174
TABLA Nº 81.	Amortización del Préstamo.	175
TABLA Nº 82.	Previsión de Ventas.	176
TABLA Nº 83.	Hoja de Costos.	176
TABLA Nº 84.	Hoja de Costos Proyectada.	176
TABLA Nº 85.	Estado de Resultados.	177
TABLA Nº 86.	Estado de Situación Financiera Final.	178
TABLA Nº 87.	Índices Financieros, Ratios Económicos.	179
TABLA Nº 88.	Índices Financieros, Ratios Financieros.	179
TABLANº 89.	Índices Financieros, Ratios Operativos.	179
TABLANº 90.	Flujo de Efectivo.	180
TABLA Nº 91.	Cálculo de Van.	181
TABLA Nº 92.	Cálculo del Tir.	182
TABLA Nº 93.	Costos Fijos y Variables.	183
TABLA Nº 94.	Cálculo del Punto de Equilibrio.	184

TABLA Nº 95. Periodo de Recuperación de la Inversión.-----	185
TABLA Nº 96. Relación Beneficio Costo.-----	185

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO N° 1. Análisis FODA-----	39
GRÁFICO N° 2. Proceso De La Administración Del Talento Humano.-----	49
GRÁFICO N° 3. Sexo de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.--	52
GRÁFICO N° 4. Edad de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.- -----	53
GRÁFICO N° 5. Nivel de Educación.-----	54
GRÁFICO N° 6. Lugar de procedencia de los turistas.-----	55
GRÁFICO N° 7. Frecuencia de Consumo.-----	56
GRÁFICO N° 8. Aceptabilidad de la creación de un nuevo Restaurante.-----	57
GRÁFICO N° 9. Preferencia de Menú.-----	58
GRÁFICO N° 10. Sugerencia de precios.-----	59
GRÁFICO N° 11. Tendencias de Decoración.-----	60
GRÁFICO N° 12. Sugerencias para el Restaurante.-----	61
GRÁFICO N° 13. Medios de comunicación.-----	62
GRÁFICO N° 14. Macro Localización. Ecuador, Provincia de Pichincha.-----	69
GRÁFICO N° 15. Macro Localización. Cantón Mejía.-----	70
GRÁFICO N° 16. Micro Localización. Machachi, Barrio Güitig, Calle García Moreno, Ingreso norte a la ruta de los Volcanes.-----	70
GRÁFICO N° 17. Flujo-grama de Planificación para la Producción y Oferta del Servicio.-----	73
GRÁFICO N° 18. Flujo-grama del Servicio.-----	76
GRÁFICO N° 19. Distribución del Restaurante.-----	104

GRÁFICO N° 20. Logotipo Del Restaurante.....	127
GRÁFICO N° 21. Ciclo De Vida Del Producto/Empresa.....	132
GRÁFICO N° 22. Comercialización Del Producto.....	134
GRÁFICO N° 23. Organigrama Estructural.....	154
GRÁFICO N° 24. Organigrama Funcional.....	155
GRÁFICO N° 25. Flujo grama Del Proceso De Reclutamiento Y Selección Del Personal.....	162
GRÁFICO N° 26. Clasificación de Residuos.....	191
GRÁFICO N° 27. Señalética Restaurante.....	197

RESUMEN.

La presente investigación de diseño descriptivo e investigativo fue aplicado como un Estudio de Factibilidad para la Creación del Restaurante “La Posada del Chagra Aventurero”, en el Barrio Güitig, Parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

Para la investigación de mercado y marketing, se recopiló la información a través de la aplicación de una encuesta a 117 visitantes del área protegida, del Parque Nacional Cotopaxi. El plan de empresa se determinó a través de los aspectos técnicos, jurídico mercantiles, estrategias de marketing, gestión del talento humano y aspectos económicos financieros; determinándose el tamaño de la empresa, en la capacidad de producción y viabilidad; ofertándose dentro del restaurante platos típicos de la sierra que son los de mayor demanda dentro del menú.

Comprobando que el proyecto es factible mediante una inversión inicial de \$65.243,13 dólares, obteniéndose un TIR (Tasa Interna de retorno) del 62.194%, con un V.A.N de \$139.568,20 y obteniendo una relación costo beneficio de \$ 1.43 ctvs. Por cada dólar invertido; estos datos también nos indican que obtendremos un P.R.I al segundo año de funcionamiento.

SUMMARY

The following research with descriptive and investigative design was applied as a Feasibility Study for the implementation of “La Posada del Chagra Aventurero” Restaurant in Gütig neighborhood, Machachi Parish, Mejia Town, Pichincha Province.

For the marketing and market research, it was collected some information through the application of a survey directed to 117 visitors of the protected area of Cotopaxi National Park. The company plan was determined through technical, legal and commercial aspects, marketing strategies. Personnel management, economical and financial aspects; is determining in this way the size of the company in production capacity and viability in order to offer highland typical food at the restaurant; which is the most preferred in the menu.

It was proved that the project is feasible to be carried out through an initial investment of \$ 65.243,13, getting an IRR (Internal Rate of Return) of 62,194%. With a NPV (Net Present Value) of 139.568,20, and getting a benefit-cost ratio of \$1,43 cents per each invested dollar; these data a P,R.I. (interrelated economic issues) will be obtained the second year of operation.

INTRODUCCIÓN.

Debido a las importantes transformaciones que se han producido en el mundo con la globalización y más aún de la economía, la expansión de los mercados, el nuevo desarrollo de los aparatos productivos, y el turismo gastronómico así como también lugares donde las personas puedan pasar momentos de convivencia social controlada, se ha transformado en una de las actividades más representativas de la economía, sobrellevando esto a formar parte del crecimiento y desarrollo social.

Como era de esperarse en Ecuador también se está aprovechando las potencialidades turísticas, fortaleciendo esto mediante su situación geográfica, su biodiversidad, su paisaje, sus recursos, sus tradiciones sus etnias etc., razón por la cual se ha dado una gran acogida y emancipación a lugares turísticos existentes en cada región. Los cuales son de gran atracción para las personas tanto extranjeras como nacionales y es por ello que hoy en día hay más establecimientos con toda clase de ofertas tanto de comida, bebida, alojamiento y entretenimiento que forman parte fundamental de la industria turística, permitiendo ser competitivos, para de esta manera brindar una estancia cómoda y satisfactoria en el país.

El turismo-gastronómico depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.). La gastronomía actualmente está

manifestándose como un producto que constantemente evoluciona, especialmente en el país, es por ello que para mejorar la economía de un territorio, el turismo debe convertirse en una herramienta básica de promoción y comercialización de los productos agroalimentarios locales vinculados a la gastronomía; además de ser un promotor de los productos artesanales, culturales y naturales del territorio.

Por tal motivo el auge turístico y gastronómico en el país, hoy en día se está convirtiendo en una importante fuente de ingresos económicos, haciendo que se generen gran variedad de empleo e ingresos dentro de la economía familiar de las personas y esto a su vez ayuda a una re-distribución equitativa de la riqueza en las regiones.

Pero lamentablemente el crecimiento productivo gastronómico en el Cantón Mejía no se ha desarrollado, debido a la falta de difusión y conocimiento de los atractivos turísticos existentes en la zona y en tal virtud esto desencadena en una deplorable oferta gastronómica, de tal manera que en la actualidad no existen centros especializados y adecuados para brindar un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjero que visitan el Cantón, y a medida que el ingreso de Turistas crece se va forjando la necesidad de crear ambientes propicios para la emancipación de la gastronomía local; y es aquí donde los profesionales en el área gastronómica están en el deber de poner en práctica todos sus conocimientos, para así brindar un servicio de calidad, buscando el confort y la satisfacción de quienes visitan los diferentes

atractivos turísticos existentes en el Cantón.

Es por esta razón que La creación de un restaurante parte de un concepto más amplio como lo es el de satisfacer las necesidades de los clientes sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones, para atender sus propias necesidades, esto ayudará a un desarrollo equitativo y moderado de las ofertas gastronómicas y así se aportara de una manera objetiva a la sociedad.

I. OBJETIVOS

a. GENERAL

“Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación del restaurante, La posada del chagra aventurero, en el barrio Güitig, parroquia Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha 2012”.

b. ESPECÍFICOS.

- Realizar el estudio de mercado, para determinar el mercado meta.
- Diseñar el plan de empresa para la creación del restaurante “La Posada Del Chagra Aventurero”, en base al estudio de mercado.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto.

II. MARCO TEÓRICO.

a. RESTAURANTE

i. Historia

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. Según esta segunda versión, un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la que se podría considerar la primera casa de comidas, puso un eslogan en la entrada, que rezaba en latín: «Venite ad me vos stomacholaboratis et ego restaurabo vos», que al castellano podríamos traducir como: «Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré». De esa última palabra del eslogan derivaría el término restaurante.

La palabra se extendió por toda Europa. En algunos países se modifica a "*Restoran*", "*Restaurante*" o "*Restauracja*" (en Polonia). El primer restaurante francés se fundó en 1765, y en Londres en 1873

ii. Tipos de Establecimientos

Existen una amplia variedad y tipos de restaurante los cuales damos a conocer detallando cada uno de ellos.

- **Restaurantes 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 Maitre. El servicio, la decoración, la ambientación, comida y bebidas son cuidadosamente escogidos.
- **Restaurantes temáticos.** Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros.
- **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's, es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona.
- **Restaurante Grill.** Tipo de restaurante orientado a la cocina americana

donde se sirve carnes, pescados y mariscos a la plancha y a la parrilla. El servicio debe ser rápido y eficiente en estos establecimientos, y la decoración muchas veces de orientada al estilo Oeste Americano.

- **Restaurante de comida rápida (*fast food*).** Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas, pollo, entre otros.

iii. Tipos de Servicio

Existen distintos tipos de servicios de mesa, según la forma de preparar, presentar y servir las bebidas y alimentos. De todos ellos, el más empleado a nivel mundial es el servicio a la rusa.

- **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 Kurakin. 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 lo son 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, dado que estos vienen ya preparados y presentados de cocina. 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 se encargan del emplatado 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.

- **Servicio americano:** así llamado al servicio sencillo asociado a los restaurantes estadounidenses, una simplificación del servicio a la rusa. La característica que distingue este servicio americano 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.

- **Servicio francés:** se asocia generalmente a la gastronomía francesa, aunque hoy en día es poco empleado incluso en Francia, más allá de en restaurantes clásicos de alto nivel. La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en el restaurante en presencia del cliente. Los ingredientes se traen de la cocina y se les 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 de entre lo presentado 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. El servicio francés es muy caro y sólo se emplea en los restaurantes de más alto nivel.
- **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.

iv. Diferencia con Otros Establecimientos

Existen también otros tipos de negocios similares, aunque en ocasiones un mismo establecimiento puede compartir características de todos ellos a la vez:

- La cafetería, o simplemente café, que recibe generalmente un público mucho más variado, muchas veces varios miembros de una familia, y dispone también de mesas con sillas para que los clientes puedan permanecer mayor tiempo.
- El pub es un establecimiento que abre de noche, pincha música y vende preferentemente bebidas alcohólicas.
- El restaurante es un establecimiento con mesas donde se sirven comidas o cenas de forma que los clientes puedan sentarse cómodamente para consumirlas.
- La taberna, de carácter popular o, en cualquier caso, conectado con algún tipo de cultura popular que lo identifica. Generalmente ofrece la posibilidad de consumir comida en un entorno informal, en la barra o en mesas al efecto sin apenas servicio por parte del establecimiento.
- La ludoteca tiene un aspecto muy similar a la cafetería, sólo que en este tipo de bar los clientes pueden encontrarse con uno o varios muebles

repletos de juegos de mesa de tablero, en los cuales se puede jugar mientras se consume la bebida o el alimento.

b. BAR.

Un bar (del inglés bar, barra) es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas alcohólicas y no alcohólicas y aperitivos, generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra. La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras la barra, y en el mundo anglosajón se le conoce tradicionalmente con el nombre de barman.

i. Estructura

El elemento característico de un bar, y también aquél que le da su nombre, es la barra o mostrador, que es un pequeño muro más o menos a la altura del pecho sobre el que descansa una tabla alargada donde se sirven las bebidas a los clientes.

La barra del bar divide el local en dos partes: por un lado, la zona pública, donde los clientes, permanecen junto a la barra, de pie o sentados en taburetes o banquetas altas; detrás de la barra, en la zona privada, permanece la persona encargada de servirles la consumición (o "el consumo"), comúnmente conocido como el camarero. De ese mismo lado de la barra se alojan, separados por tanto del alcance de los clientes, los diversos muebles, aparatos y utensilios necesarios para dar el servicio, entre los cuales

podemos encontrar, habitualmente, la caja registradora, una o más cámaras frigoríficas para almacenar las bebidas, estanterías para colocar las botellas de licor y los vasos, jarras u otros recipientes donde se sirven la bebida o aperitivos, la máquina de hacer café, el fregadero, etc.

ii. Función de los bares en el mundo

En algunos países (como en España), los bares son un popular fenómeno social que ha marcado la cultura y las costumbres de numerosas generaciones. A veces son un espacio donde se ofrecen diversas porciones de comida para acompañar las bebidas (tal y como pueden ser las tapas). Tradicionalmente, los bares son lugares de encuentro y reunión informal, frecuentados a diario, generalmente por un público masculino. En España, es común que todo pueblo, barrio o incluso cada calle importante de una ciudad tenga uno o más bares que son visitados de forma habitual por muchos de los vecinos.

A pesar de su marcada importancia como centro social, algunas personas consideran los bares un lugar poco recomendable, y sostienen que favorece el consumo de bebidas alcohólicas, de tabaco e incluso la adicción al juego, y por tanto puede ser parte responsable de la proliferación de estas adicciones, las cuales provocan numerosos problemas individuales, familiares y sociales.

iii. Bares, Restaurantes en el Ecuador

En el Ecuador existen una gran variedad de bares los cuales han ido surgiendo y evolucionando por medio de recolección e innovación de tendencias que van surgiendo en el mundo a la vez que son transportadas para nuestro país.

Existen varios tipos de bares en nuestro país que son denominados temáticos por las diferentes decoración o enfoques que tiene cada uno de ellos entre los más conocidos tenemos los sport bar, clásicos, bar - cafetería, resto - bar, temáticos, disco - bar.

La evolución de los bares ha estado en auge en los últimos años en nuestro país gracias a la globalización, que nos permite escoger de acuerdo a los gustos y exigencias de los clientes.

iv. Bares, Restaurantes en el Cantón Mejía.

En la ciudad de Machachi existen pocos establecimientos que brinden este tipo de servicio los más frecuentados se encuentran ubicados en el centro de la ciudad y no cumplen con las garantías señaladas por las autoridades competentes.

Entre los más conocidos tenemos el Adagio bar, que brinda a los clientes música y distracción electrónica acompañado de una decoración muy juvenil acorde a los clientes potenciales que los frecuentan.

c. TURISMO

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

El turismo es un hecho social irreversible que genera una serie de interrelaciones e intercambios que tienen consecuencias de muchos tipos, pero fundamentalmente económicas y ahora también ecológicas.

El Turismo Internacional, tiene un efecto directo sobre la Balanza Comercial de los países que reciben viajeros del exterior, balanza que suele ser favorable. El Turismo Interno, o sea los viajes que hacen los nacionales de un país dentro de su propio territorio, genera beneficios incomparables a la balanza comercial pues distribuye el ingreso, ya que el dinero ganado en una zona se gasta en otra, mejorando las condiciones de vida de las comunidades locales.

Estas formas de turismo contribuyen significativamente al ingreso económico del país, y entre mayor sea esta afluencia turística, mayor será la prosperidad del país. Y esto hace que también, la industria turística y gastronómica requiere de una alta inserción de mano de obra, lo cual genera gran cantidad de empleos, directos e indirectos beneficiando de esta manera al desarrollo económico y cultural de la región.

i. Definición de Turismo

Arthur Bormann, Berlín 1930 define que el Turismo es el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

ii. El Ocio y Turismo

El Ocio es el "tiempo libre que queda a una persona fuera de las obligaciones habituales", es decir, para haber ocio debe existir un trabajo que aporte tiempo libre. El ocio también es "una conquista de la Revolución Industrial que posee cuatro características: libertad, diversión, desinterés, personalidad.

iii. Imagen Turística

La imagen turística nos permite establecer la disposición de determinado sitio para desarrollar la actividad turística. La imagen turística "Es la declaración de la aptitud turística de un sitio, considerando la jerarquía de los atractivos turísticos".

iv. Tipos de Atractivos Turísticos

Un atractivo turístico es el conjunto de lugares, costumbres y acontecimientos que por sus características propias de ubicación, en un contexto atraen el interés del visitante.

Son la materia prima de la actividad turística que motiva el deseo de viajar estos

atractivos son naturales y culturales.

Los atractivos turísticos pueden ser de dos tipos

- **Atractivo Natural**

Lugar que se relaciona con la naturaleza, donde se pretende su conservación y aumento, pudiendo existir cosas sin arte pulimento o variación.

- **Atractivo Cultural**

Lugar que guarda historia, así como también lugar que ofrece en formas variables la estructura colectiva de un lugar.

v. Turismo Gastronómico

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita. El turismo gastronómico es una nueva opción de aventura, no sólo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets. Más bien, está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria. Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita

a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias.

vi. Turismo en la Parroquia de Machachi

Machachi es una parroquia del cantón Mejía Provincia de Pichincha. Desde la ciudad, es posible organizar excursiones a las montañas circundantes como son el majestuoso Cotopaxi, La Reserva Ecológica los Illinizas, El Corazón entre otros atractivos turísticos, En Machachi por encontrarse en la región Sierra de nuestro país se le denomina también la Capital mundial del Chagra. Y es por ello que podemos encontrar personajes de descendencia indígena, y mestizos. La ciudad es el punto de conexión entre la costa y la sierra.

Según opinión de la Misión Geográfica del Ejército, de los años 1.899 y 1.906, la etimología de la palabra Machachi es: Ma = grande; Cha = tierra, suelo; Chi = vivo activo; es decir "Gran terreno Activo. Machachi logró la independencia el 11 de Noviembre de 1.820.

El cantón Mejía originalmente llamado Machachi, en el proceso hacia su constitución como cantón, pasó por varias incidencias jurídico - administrativas. Fue elevado a la categoría de parroquia en 1.824, según la Ley de División Territorial de junio 25 de 1.824 (archivo legislativo, Folleto 18245).

En 1.869 pasó a pertenecer al cantón Quito, mediante la ley de División Territorial del 30 de agosto de 1.869 (archivo legislativo, Folleto 1869, p. 130).

El 23 de julio de 1.883 se fundó e instituyó como cantón Mejía (archivo legislativo, Folleto nacional 28), en memoria del ilustre quiteño José Mejía Lequerica Barrotieta.

El hermoso paisaje natural del cantón invita a disfrutar del turismo de montaña, científico, de salud, cultural y religioso. Sus características ecológicas y biológicas permiten la práctica conservacionista y la recreación al aire libre, cuenta con las áreas de reserva del Bosque Protector Pasochoa, partes del Parque Nacional Cotopaxi y el Área Nacional de Recreación El Boliche.

La fiesta que más renombre tiene esta ciudad se denomina el Paseo Procesional del Chagra, que recuerda el traslado ceremonial del Señor de la Santa Escuela a las faldas del Cotopaxi, cuando éste tuvo su proceso eruptivo en 1886. Una fecha importante, la de Santiago Apóstol, el 25 de julio, suele coincidir con el Paseo del Chagra. El 11 de noviembre se conmemora la independencia, con un desfile, además de bailes populares y la elección de la reina del cantón. En las fiestas se come fritada, hornada, carne de res y borrego, papas con choclos y habas y se bebe chicha. Para honrar a este personaje simbólico del cantón, hace poco se inauguró un monumento ecuestre de bronce obra del maestro Víctor Delfín.

Existe una costumbre gastronómica de los chagras o vaqueros que se denomina pachamanca. Consiste en cavar un hueco en la tierra y recubrir sus paredes internas con piedras, dejando un espacio del tamaño adecuado para los alimentos. Allí se ponen brasas y cuando las piedras están suficientemente calientes, se colocan mellocos, habas y carne de venado sobre hojas de achira. Se los tapa para que se cuezan. También se prepara ternero lechón adobado con ajo molido, manteca de color, comino, pimienta y sal en grano.

Machachi se encuentra ubicado en el km.16 de la Estatal 35. A 45 min de la ciudad capital

Localización: Long 78 grados 30' 00" w

Geográfica: Lat. 00 grados 30' 34 " s.

d. EMPRENDEDOR

Se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propio entusiasmo.

Las investigaciones de percepciones describen al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. La prensa popular, por otra parte, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas. De todas formas ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o

descriptiva para señalar a la persona o grupo que en general (en sentido empresarial, social, investigativo o cualquier otro) que desea ser innovador, flexible y creativo.

i. Evolución del concepto y definiciones

Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo. Tanto Adam Smith como Alfred Marshall no incluyeron el concepto en el análisis económico. Recién a principios de siglo, Joseph Schumpeter reconoció al emprendedor como centro del sistema económico. La ganancia proviene del cambio, escribió, y el cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter la innovación era la razón de ser del entrepreneur. A pesar de las definiciones de Schumpeter, todavía existen las dificultades teóricas de compatibilizar las variables socialmente orientadas y las teorías matemáticas que describen con exactitud un modelo.

Por lo general esa oportunidad de negocio se traduce en la creación de un producto o servicio que se estima que podrá ser comercializado a un precio superior a su coste de producción, obteniendo así un beneficio mayor para la adquisición de mejoras administrativas, muchas veces logrando mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nueva riqueza.

Al no existir la seguridad de que se produzca la venta de la cantidad del producto necesaria al precio necesario para cubrir los costes de producción incurridos más

el beneficio empresarial, el emprendedor asume un riesgo. Para facilitar la organización y gestión de los recursos necesarios para la producción del bien o la provisión del servicio generalmente se crea una empresa.

ii. Contexto Actual Y Desarrollo

En el contexto económico actual la necesidad de innovar, generar riqueza y desarrollar el potencial creativo se empieza a asociar con mayor fuerza por un lado a las pymes y por otro a las empresas asociativas; esto en un contexto de búsqueda de independencia económica y desarrollo humano a través de una economía libre que trascienda la concentración monopólica de grandes empresas estatales y privadas y la centralización administrativa y burocratizante de la que éstas corporaciones pueden adolecer.

En "La educación de los emprendedores", se menciona que muy probablemente el fuerte énfasis que recibe la difusión y el desarrollo del espíritu emprendedor tenga sus raíces en una multiplicidad de factores entre los cuales es posible mencionar.

- El reconocimiento de un destacado rol de las pequeñas empresas en la creación de riqueza y trabajo.
- El notable aporte de las nuevas tecnologías a la generación de nuevos productos y empresas, con la consecuente deslocalización, espacio de una importante parte de la actividad económica.

- Una vida laboral caracterizada por ciclos de trabajo asalariado, autoempleo y desocupación.
- La orientación de las teorías económicas hacia factores humanos (capital humano) que afectan los procesos de crecimiento y desarrollo económico por ejemplo a partir de procesos de aprendizaje.

iii. Investigación de mercado y marketing.

- ¿Qué es una investigación de mercado?

La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

- **Objetivos de la investigación de mercado**

Los objetivos de la investigación se pueden dividir en tres:

- **Objetivo social:**

Satisfacer las necesidades del cliente, ya sea mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos exigidos cuando sea utilizado.

➤ **Objetivo económico:**

Determinar el grado económico de éxito o fracaso que pueda tener una empresa al momento de entrar a un nuevo mercado o al introducir un nuevo producto o servicio y, así, saber con mayor certeza las acciones que se deben tomar.

➤ **Objetivo administrativo:**

Ayudar al desarrollo de su negocio, mediante la adecuada planeación, organización, control de los recursos y áreas que lo conforman, para que cubra las necesidades del mercado, en el tiempo oportuno

- **El Mercado**

Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas y que, por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que los satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros.

- **Tipos de mercado**

Se puede hablar de mercados reales y mercados potenciales. El primero se refiere a las personas que normalmente adquieren el producto y el segundo a todos los que podrían comprarlo

- **Segmentación de mercados**

La segmentación de mercados es un proceso mediante el cual se identifica o se toma un grupo de compradores con características similares, es decir, se divide el mercado en varios segmentos, de acuerdo con los diferentes deseos de compra y requerimientos de los clientes.

- **Selección del mercado meta.**

Se identifican los posibles segmentos de mercado a los que se pretende llegar
Se selecciona el mercado meta, evaluando lo atractivo de cada uno de los segmentos antes mencionados

- **Posicionamiento en el mercado**

Se planea el posicionamiento para cada segmento del mercado. Se crea la mezcla de mercadotecnia: producto, precio, clientes potenciales, plaza) y promoción.

e. PLAN DE EMPRESA

Un plan de empresa es una memoria que describe el proyecto, a la vez que analiza su viabilidad técnica, económica y financiera del mismo.

Este documento es imprescindible para la puesta en marcha de una empresa, recoge además todos los procedimientos y estrategias necesarias para hacer realidad el proyecto.

El Plan de Empresa debe incluir una descripción de los riesgos y de las posibles circunstancias adversas que afecten a la empresa, al personal, a la aceptación de nuestro producto o servicio por el mercado, a retrasos en el lanzamiento del producto o servicio, o a la obtención de los recursos financieros necesarios.

i. Objetivos

- Permitir realizar un análisis exhaustivo de todos los aspectos que pueden afectar a su proyecto.
- Actuar como carta de presentación de la iniciativa empresarial de cara a posibles inversores, subvenciones públicas, bancos, etc.

ii. Funciones

- Demostrar la consistencia del proyecto.
- Planificar las estrategias.
- Establecer los lazos necesarios entre los promotores que se impliquen en el mismo.
- Como se indicó en los objetivos, ser el instrumento a utilizar a la hora de buscar los recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa

iii. Ventajas

- Se pone de manifiesto la viabilidad del negocio.
- Se dispone de toda la información de una forma clara y bien estructurada.
- Es una prueba de profesionalidad.

f. ASPECTOS TÉCNICOS

i. Determinación del tamaño de la empresa.

Uno de los criterios más utilizados para la clasificación de la empresa es, en el que, de acuerdo con el tamaño de la empresa se establece que puede ser pequeña, mediana o grande; sin embargo, al aplicar este enfoque encontramos dificultad para determinar límites. Existen múltiples criterios para hacerlo, pero sólo se analizarán los más usuales:

- **Financiero.-** El tamaño de la empresa se determina con base en el monto de su capital.
- **Personal Ocupado.-** Es el número de personal que se emplea para realizar el trabajo requerido en la empresa.
- **Producción.-** Este criterio clasifica a la empresa de acuerdo con el grado de maquinización que existe en el proceso de producción; así, una empresa pequeña es aquella en la que el trabajo del hombre es decisivo.

- **Microempresa.-** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidas y el director o propietario puede atenderlos personalmente

ii. Capacidad de producción / capacidad de oferta de servicio.

El proyecto tomara en cuenta la capacidad de producción moderada para lo cual se construirá una cocina completa con equipos y estándares requeridos por los restaurantes a nivel nacional.

En la parte de capacidad de oferta de servicio se estima que el área de servicio al cliente será aproximadamente para 100 Pax, con lo cual se pretende dar un servicio eficaz, eficiente y personalizado a los comensales llenando de esta manera sus expectativas.

iii. Localización del proyecto.

Macro Localización.- Es la localización del proyecto, representa la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá nuestro proyecto.

Micro Localización.- Esta nos indica cual es la mejor alternativa de instalación del proyecto dentro de la macro zona elegida. Es decir aquí determinaremos el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto.

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

Aquí se implementara un sistema de sanitación continua en toda el área de producción y servicio para de esta manera brindar alimentos inocuos a nuestros clientes.

Se crearan también diferentes estrategias para lograr una buena oferta de servicio mediante capacitaciones contantes al personal tratando de buscar un estándar de calidad en el servicio que busque la satisfacción del cliente.

v. Viabilidad técnica.

La vialidad técnica se evaluara ante un determinado requerimiento o idea para determinar si es posible llevar a cabo el proyecto satisfactoriamente y en condiciones adecuadas de seguridad, verificando factores diversos como: durabilidad operatividad, mecanismos de control, según el campo que lo requiera.

g. ASPECTO JURÍDICO - MERCANTIL.

Contemplan los aspectos legales referentes a la constitución de la empresa y selecciona entre las diferentes formas jurídicas existentes aquella que mejor se ajuste a los objetivos de la empresa.

Una vez elegida la forma jurídica tendremos que conocer cuáles son los trámites necesarios para la constitución de la empresa, así como los necesarios para la puesta en marcha y realizar una aproximación de los costos que representan dichos trámites para la empresa.

i. Forma Jurídica Elegida para el Proyecto.

Las formas jurídicas elegidas para el proyecto estarán a cargo de un abogado el mismo que asesorara en la parte legal de constitución, reglamentos y estatutos requeridos por la ley.

ii. Requisitos Legales para su Apertura y Funcionamiento.

Para todos estos procesos se deberá conocer las ordenanzas vigentes en el municipio pertinente, para así poder adquirir los diferentes permisos para la constitución y funcionamiento de la empresa; también se debe adquirir los permisos correspondientes en las diferentes instituciones gubernamentales como son; SRI, Ministerio de Salud Pública, Bomberos, Afiliación a la cámara de Comercio, entre otros dependiendo la necesidad del proyecto.

iii. Derechos, deberes y obligaciones legales de la empresa.

Se debe tener en cuenta todos los derechos que no corresponde por ley al ser reconocida como empresa legalmente constituida, así también todas las obligaciones que corresponde.

iv. Gastos de constitución.

Una vez elegida la forma jurídica se tendrá que conocer cuánto va a costar constituir el restaurante, para ello es necesario que conozcamos todos los gastos de constitución de la empresa como son:

Abogado, notario, inscripción en el registro mercantil, municipio, Sri, Afiliaciones, varios.

En todos estos gastos conocidos como gastos de constitución se deberá tener conocimientos los beneficios que estos prestan.

h. ESTRATEGIAS DE MARKETING

Son las estrategias comerciales que permitan alcanzar la cifra de facturación que recogerá el análisis económico-financiero.

Debe servir para explotar la oportunidad de negocio y las ventajas competitivas asociadas a la misma.

El restaurante tomará en cuenta la parte del marketing; fundamentalmente para dar a conocer las ofertas y servicios que se brindara al público, como son productos, precios. Etc.

Con respecto al mercado objetivo, el primer paso será hacer conocer masivamente del servicio a través de la publicidad en una primera instancia, en los medios de comunicación locales.

Otra forma en la que promocionaremos el servicio es realizando visitas a entidades encargadas de los viajes de turismo

Se creara un plan de comunicación buscando que la difusión llegue a nivel nacional e internacional, en medios de difusión masiva como es el internet.

i. GESTIÓN DE TALENTO HUMANO

i. Determinación del talento humano.

Una empresa es prácticamente un equipo de trabajo que tiene en sus manos la gran responsabilidad de desarrollar planes y estrategias que garanticen el adecuado funcionamiento de la empresa y lograr el éxito de la misma.

El objetivo de crear un equipo de talento humano es demostrar las características, capacidades y experiencia del equipo que estará al frente del proyecto. Es necesario que el equipo garantice su dominio en todos los aspectos relacionados con la empresa.

ii. Descripción de los puestos de trabajo.

La descripción de los puestos de trabajo se refiere a una lista de tareas y

responsabilidades que el trabajador debe cumplir

Aquí se realizará una manual describiendo las funciones y obligaciones para los diferentes puestos de trabajos que serán creados mediante en organigrama funcional

iii. Perfil de los trabajadores.

El perfil de cada trabajador será determinado por las necesidades de cada puesto de trabajo la cual tendrá un punto muy determinante a la hora elegir una persona idónea para la ocupación del mismo.

iv. Costos salariales.

En esta parte se procederá a sacar los costes de acuerdo a las leyes salariales que rigen en nuestro país y que la ley laboral exige, como son:

Sueldos, horas extras, comisiones, beneficios de ley, seguros.

v. Organización de la empresa.

Es la combinación de los medios técnicos, humanos y financieros que componen la empresa.

Para la organización de la empresa se realizaran una serie de políticas internas, manuales y normas, que rijan para un buen desempeño laboral.

vi. Programa operativo.

Esto permitirá la asignación de recursos humanos y materiales a las acciones que harán posibles el cumplimiento de las metas y objetivos del proyecto.

Aquí desarrollaran los diferentes programas de capacitación, entrenamiento, para el personal con la finalidad de buscar un mejor desenvolvimiento en las diferentes áreas en los que el empleado se desempeña,

vii. Organigrama empresarial.

El organigrama representa la estructura formal de la empresa, en esta aparecerá con toda claridad la estructura jerárquica; la cual definirá el diverso nivel de la organización, los órganos que componen la estructura, los canales de comunicación que unen los órganos y los nombres de quienes ocuparan los cargos.

El organigrama permitiera la visualización simple y directa de la estructura de la organización, es una especie de retrato del esqueleto organizacional de la empresa.

En la aplicación de nuestro proyecto se utilizará el organigrama funcional el cual será creado según las necesidades de la empresa tomando en cuenta la

distribución de áreas y la demanda de personal que ésta necesita.

viii. Selección y contratación del talento humano.

La selección se realizara con base a las necesidades del proyecto, lo cual permitirá definir el tipo de trabajador que el proyecto necesitara. En este proceso de selección se analizara el perfil ocupacional y humano del trabajador para confirmar si el aspirante es o no idóneo para el cargo que sería asignado.

Una vez realizada la selección se procederá a contratar al trabajador el mismo que deberá cumplir el perfil necesario que el puesto a designarse lo requiera de esta manera conformaremos un grupo de trabajo optimo según el proyecto lo necesita.

j. ASPECTO ECONÓMICO - FINANCIERO

En los aspectos económicos – financieros constara la representación numérica de la información y la estrategia recolectada para la información de elaboración del proyecto, aquí se detallaran las inversiones necesarias para la puesta en marcha del proyecto, los egresos derivados de la operación y los ingresos que garantizaran el sostenimiento y crecimiento de la empresa, los ingresos y egresos son la materia prima para la elaboración de los estados financieros que ayudaran en la toma de decisiones.

i. Estructura del balance.

En esta parte se creará un presupuesto en el cual deberá constar desde los gastos de constitución hasta los de insumos y materiales que se van a utilizar para la creación y puesta en marcha del proyecto.

Se elaborara una estructura de estados financieros, como son: Balance general, Estado de pérdidas y ganancias, flujo de efectivo. Con los que se pueda demostrar la viabilidad del proyecto.

Dentro de las fuentes de financiamiento para la implementación de este proyecto se aspirara una inversión del 50% y el resto se buscara financiamiento dentro de la banca estatal o la banca privada. Para lo cual se presentara un proyecto con un estudio de mercado y se buscara la factibilidad del proyecto, este apoyo se buscara en la empresa del gobierno de pichincha en las oficinas de CONQUITO, entidad encargada de apoyar científica y económicamente proyectos de factibilidad.

ii. Evaluación financiera

Evaluación de Inversiones en base de análisis del Flujo Neto de Caja: VAN o Valor Actual Neto, TIR o Tasa de Interna Rendimiento, Relación Costo-Beneficio y PRC o Periodo de Recuperación de Capital

- **VAN o Valor Actual Neto.**

En un proyecto empresarial es muy importante analizar la posible rentabilidad del proyecto y sobre todo si es viable o no. Cuando se forma una empresa hay que invertir un capital y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad debe ser mayor al menos que una inversión con poco riesgo (letras del Estado, o depósitos en entidades financieras solventes). De lo contrario es más sencillo invertir el dinero en dichos productos con bajo riesgo en lugar de dedicar tiempo y esfuerzo a la creación empresarial.

El VAN de un proyecto es comercialmente aceptable si en el momento de su aprobación el valor actualizado es mayor que cero, o por lo menos es igual a cero. Al momento de escoger entre muchos proyectos posibles, se debe tomar en cuenta como digno de ejecución el que tenga el mayor valor actualizado neto.

TIR o Tasa de Interna Rendimiento.

Por definición la tasa de interna rendimiento o retorno, es aquella que refleja el rendimiento del capital invertido.

El TIR, es la máxima tasa de interés que puede pagarse o que gana el capital al momento de su inversión, es decir, que hay que recuperar el dinero invertido en el menor tiempo posible o a su vez en el tiempo planificado para su recuperación.

- **Relación Costo-Beneficio**

La relación Costo-Beneficio es aquella que se obtiene dividiendo el valor actualizado del flujo de ingresos, por el valor actualizado de flujo de costos.

RELACION B/C =

VAN Ingresos

VAN Egresos

- **PRC o Periodo de Recuperación de Capital**

El P.R.C. es aquel que se le denomina como tiempo o periodo requerido para que los flujos de caja generados por un proyecto de inversión igualen el desembolso inicial además de esto mide la liquidez de un proyecto de inversión. No considera el heterogéneo valor del dinero en el tiempo, obvia los flujos de caja generados una vez recuperada la inversión inicial.

P.R.C.= 100/TIR.

iii. Valoración Del Riesgo

En este punto se deben valorar los riesgos que existen en la puesta en marcha de un proyecto empresarial o el lanzamiento de un nuevo producto.

El Plan de Empresa debe incluir una descripción de los riesgos y de las posibles circunstancias adversas que afecten a la empresa, al personal, a la aceptación de nuestro producto o servicio por el mercado, a retrasos en el lanzamiento del producto o servicio, o a la obtención de los recursos financieros necesarios.

Del mismo modo, la valoración de riesgos debe hacer referencia a factores externos como recesión, aparición de nuevas tecnologías, reacción de los competidores, cambios en la demanda, etc., y también en las posibles medidas correctoras que se puedan aplicar.

Para el estudio de la valoración del riesgo sería conveniente utilizar el análisis FODA, que consiste en una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa dentro de su mercado y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Las debilidades y fortalezas son internas a la empresa; las amenazas y oportunidades se presentan en el entorno de la misma.

GRÁFICO Nº 1. Análisis FODA.



k. ASPECTOS AMBIENTALES

i. Impacto ambiental del proyecto.

Se lo define como cualquier cambio en el medio ambiente sea adverso o beneficioso resultante de nuestra actividad de la empresa; por lo que se realizara una aplicación continúa de una estrategia integrada de prevención ambiental en los procesos, y servicios, con el objetivo de reducir riesgos para los seres humanos y para el medio ambiente, incrementar la competitividad de la empresa y garantizar la viabilidad económica.

Es fundamental que el proyecto tenga en cuenta aspectos de gestión medioambiental, y para ello tendrá que desarrollar determinadas actuaciones acordes a la actividad empresarial.

La Gestión Medioambiental repercutirá en:

- Disminución de riesgo ambiental para la salud y de acciones laborales.
- Ahorros de agua, materias primas y energía
- Ahorros en la gestión y el tratamiento de las corrientes residuales
- Mejora de la imagen pública de la empresa
- Aumento de la calidad del producto
- Racionalización de la estructura de trabajo
- Optimización de recursos y procesos
- Facilita el cumplimiento de los requisitos ambientales de la empresa y permite el desarrollo sostenible.

También se realizará un minucioso estudio del impacto ambiental que producirá la empresa así como también el impacto entre los moradores de los sectores aledaños.

Para ayudar a conservar la naturaleza la empresa se encargara de planes de prevención especialmente con uno de los factores que dañan la naturaleza que es la basura por eso creara un plan piloto de manejo de basura, así también el desechos orgánicos e inorgánicos.

III. METODOLOGÍA

a. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACION

El siguiente proyecto se lo realizará en el barrio Güitig, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha.

El Cantón Mejía se encuentra ubicado al sur oriente de la Provincia de Pichincha, a 35 km de Quito, capital del Ecuador, presenta un paisaje natural incomparable que invita a disfrutar de varios tipos de turismo, como el turismo de montaña, el turismo recreacional y científico, el turismo de salud y el turismo cultural.

El tiempo para culminación del proyecto fue de seis meses calendario, luego de la aprobación definitiva de la tesis

b. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Es descriptivo e investigativo por cuanto se describe o analiza los componentes, mecanismos y efectividad de la creación del Restaurante.

i. Técnicas de Investigación

- Ficha bibliográfica.- Permite la recopilación de datos: de libros, revistas, boletines, Internet, periódicos, informes memoria, relacionados con la temática de la investigación.
- Guía de entrevistas. Permite orientar eficazmente la entrevista que

deberá ser, turistas, comerciantes, productores, de la zona turístico-gastronómica.

- Ficha de encuestas.- Permite obtener la información de la población seleccionada, en forma estadística de acuerdo a los requerimientos del trabajo de la investigación.

ii. Técnicas de Procedimientos para el Análisis de Resultados.

A fin de tomar decisiones se analizarán los resultados de las encuestas; las entrevistas se las realizó a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la reserva del parque Nacional Cotopaxi, las cuales podrán ser utilizadas como premisas para la aplicación de varios proyectos productivos.

iii. Área de Influencia del Proyecto

1.- Estratégico.- Pensando en un sitio más estratégico y adaptable, su ubicación será en la provincia de Pichincha, Cantón Mejía, Parroquia Machachi, Barrio Gütig,

2.- Funcional.- Características del lugar:

- Espacio: para la ubicación de personas y fácil desplazamiento de las mismas.
- Cómodo: para generar un ambiente agradable y ameno.

- Natural: para cuidar del medio ambiente.
- Elegancia: Sin dejar de lado lo natural, pero dando un toque confort al cliente.

c. UNIVERSO Y MUESTRA.

I.Universo

El universo con la que trabajaremos son turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, en el mes de mayor afluencia (Agosto), los mismos que son de **61.843** turistas, durante el periodo **2007 – 2011**. Según los datos proporcionados por Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas. De los cuales se obtiene el tamaño de la muestra aplicando la fórmula estadística correspondiente.

ii. Muestra

Se trabajó con una muestra al azar de turistas, tanto nacionales como extranjeros, basado en la tabla estadística proporcionado por Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas.,

TABLA N° 1. Área Protegida: Parque Nacional Cotopaxi

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS	TOTAL
2007	53.851	36.678	90.529
2008	55.268	41.842	97.110
2009	52.327	40.683	93.010
2010	59.513	42.369	101.882
2011	49.021	46.951	95.972
TOTAL.	269.980	208.523	478.503

Fuente: Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas, ÁREA PROTEGIDA: Parque Nacional Cotopaxi.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 2. Área Protegida: Parque Nacional Cotopaxi

Estacionalidad Mensual De La Demanda: Período 2007 – 2011

MES.	NACIONALES.	EXTRANJEROS.	TOTAL.
ENERO.	22.796	17.762	40.558
FEBRERO.	23.655	13.943	37.598
MARZO.	16.620	13.695	30.315
ABRIL.	20.702	12.952	33.654
MAYO.	19.894	14.493	34.387
JUNIO.	15.663	15.041	30.704
JULIO.	31.303	23.158	54.461
AGOSTO.	33.260	28.583	61.843
SEPTIEMBRE.	18.019	14.817	32.836
OCTUBRE.	19.567	20.567	40.134
NOVIEMBRE.	27.087	20.353	47.440
DICIEMBRE.	21.414	13.159	34.573
TOTAL.	269.980	208.523	478.503

Fuente: Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas, ÁREA PROTEGIDA: Parque Nacional Cotopaxi.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iii. Tamaño de la muestra.

Formula estadística:

Campo y expires.

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

m= tamaño de la población.

e= error admisible

CLIENTES:

$$n = 61.843 / 5$$

$$n = 12368,6$$

$$n = \frac{12368,6}{(0,05)^2(12368,6-1)+1}$$

$$n = \frac{12368,6}{(0.0025)(12367,6)+1}$$

$$n = 12368,6 / 106,1246$$

$$n = 116,54$$

Se distribuye proporcionalmente el tamaño de la muestra a los diferentes turistas

indistintamente si son nacionales o extranjeros.

d. DESCRIPCION DE PROCEDIMIENTOS:

i. Investigación de mercado y marketing.

- Se realizó las encuestas a los diferentes turistas indistintamente si son nacionales o extranjeros según el valor que nos arrojó la aplicación de la fórmula
- La información receptada se analizó y los resultados obtenidos de cada ítem se tabularon a través de una tabla de frecuencias.
- En cada uno de los ítems analizados se elaboró pasteles de porcentajes.
- De cada uno de los ítems, se determinó conclusiones y recomendaciones, luego de su respectivo análisis.
- El informe se realizó mediante la metodología especificada para el efecto.
- Al finalizar y procesar toda esta información se elabora una propuesta alternativa.

ii. Plan de Empresa

1. Aspectos Técnicos

Una vez determinado los aspectos mercantiles, se extrae los parámetros y juicios técnicos necesarios que determinaron el tamaño requerido para la demanda que se ha definido (tamaño del proyecto), el lugar donde se instaló la empresa (localización del proyecto) características de la maquinaria, del equipo y de los procesos de producción que se emplearán (ingeniería del proyecto) así como los costos que se va a tener del proyecto (costo del proyecto) y los ingresos que se generarán (ingresos del proyecto).

2. Aspectos Jurídicos – Mercantiles

En este paso es de suma importancia adquirir los permisos correspondientes en las diferentes instituciones gubernamentales como son; SRI, Ministerio de Salud Pública, Bomberos, medio ambiente, Afiliación a la cámara de Comercio, entre otros dependiendo la necesidad del proyecto.

3. Estrategias de Marketing.

Estrategia de precios

Se debe fijar los precios de comercialización del producto o servicio y compararlos con los de la competencia. A continuación hay que cuantificar el margen bruto y calcular si dicho margen puede soportar los diferentes tipos de costes y generar un beneficio para la empresa.

Política de ventas

Hay que describir la política de márgenes comerciales y medidas de promoción ofrecidas a distribuidores, representantes y comerciantes, y comparar con lo que hace la competencia. Se han de presentar las ventas estimadas por cada representante o miembro del equipo de ventas, los incentivos diseñados para diferentes volúmenes y los costes totales de la actividad de ventas y su porcentaje con respecto a la facturación total estimada; se hará referencia a los períodos de cobros a clientes y otras consideraciones como descuentos, anticipos, rappels, etc.

Promoción y publicidad

El plan de marketing ha de describir las fórmulas que se van a utilizar para atraer a los clientes potenciales. Es importante elaborar un plan de medios que recoja las medidas promocionales en que se piensa incurrir, tales como mailings, presentaciones en ferias, artículos y anuncios en revistas especializadas, etc.

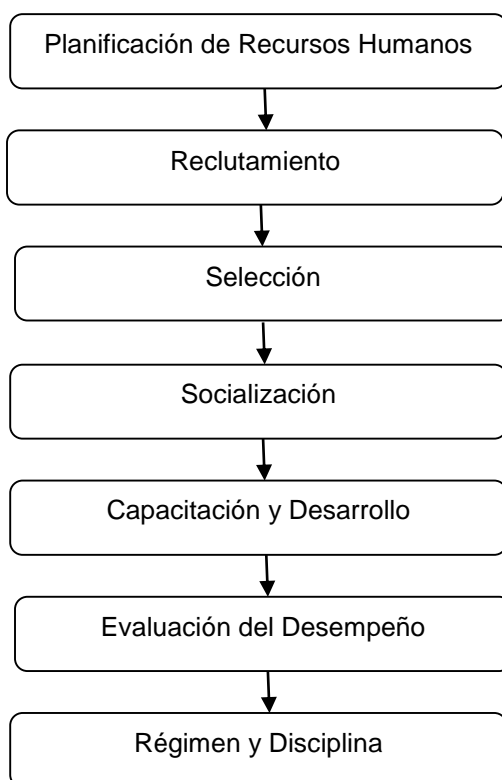
Canales de distribución

Es importante estudiar cuáles serán los canales de distribución a utilizar, la política de descuentos y márgenes a los mismos, la importancia de los costos de distribución con respecto a los costos de comercialización, transporte, seguros, cobros a clientes, etc.

4. Gestión del Talento Humano

La gestión del talento humano es un procedimiento permanente, que pretende mantener a la organización provista del personal indicado, en los puestos convenientes, cuando estos se necesitan. La función de la gestión del talento humano adquiere una gran importancia ante la tendencia al crecimiento y productividad de la empresa.

GRÁFICO N° 2. Proceso De La Administración Del Talento Humano



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

5. Aspectos Económicos – Financieros

El análisis económico financiero proporcionara elementos que permitan formar una opinión de las cifras que presentaran los estados financieros de la empresa y su panorama general. A través del análisis económico financiero se podrá detectar problemas que en el transcurso del desarrollo puedan pasar

desapercibidos.

Para la realización de los análisis económicos se determinaron:

- Fuentes de financiamiento.
- Activos fijos.
- Activos diferidos y capital de trabajo de la empresa.
- Calculo de servicio de deuda de la empresa.
- Usos de fondos.
- Calculo de depreciaciones y amortizaciones.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Ingresos.
- Estados de resultados.
- Flujo de caja proyectado.
- Balances de caja iniciales y proyectados.
- Calculo de los índices de rentabilidad VAN TIR.

6. Aspectos Ambientales

Se inspeccionará el impacto ambiental verificando que no exista contaminación con los productos que se elaborará, sin alterar los ciclos normales de la naturaleza.

Se controlará de manera exigente los diferentes tipos de desperdicios tanto orgánicos como inorgánicos, para una correcta distribución de los mismos.

Se reciclará los desechos y residuos como papel, cartón, plásticos, metales, vidrios, entre otros.

Se realizará las adquisiciones de recipientes adecuados para la selección de los diferentes productos a reciclar; de esta manera cuidaremos del ecosistema dentro y fuera del Restaurante.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

a. PRESENTACIÓN, TABULACIÓN Y ANÁLISIS.

- i. Presentación, Tabulación y Análisis de los datos obtenidos en la investigación de Mercado y Marketing.

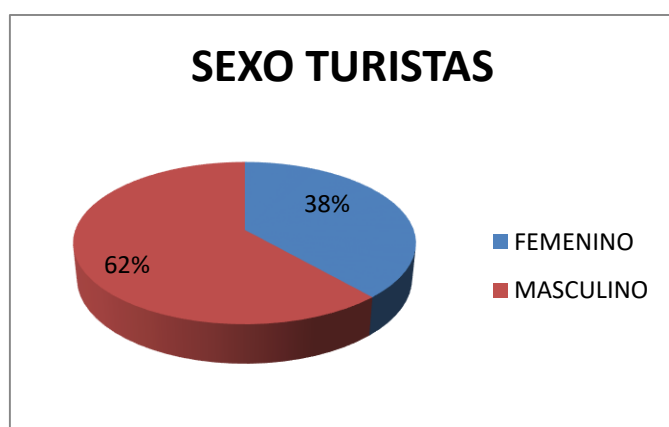
TABLA Nº 3. Sexo de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.

SEXO	NUMERO	PORCENTAJE
FEMENINO	45	38,46%
MASCULINO	72	61,54%
TOTALES	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 3. Sexo de turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: El 38% de los turistas que visitan el parque Nacional Cotopaxi es de sexo femenino mientras que el 62% son del sexo masculino.

INTERPRETACIÓN: Mediante la encuesta se demostró que la mayoría de visitantes al Parque Nacional Cotopaxi son del sexo masculino

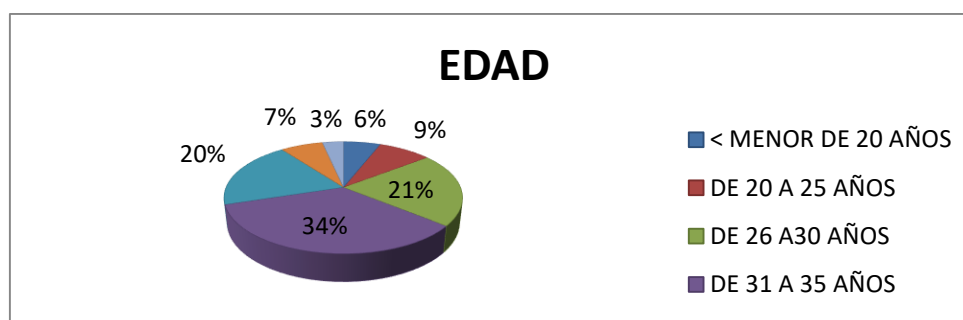
TABLA Nº 4. Edad de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.

EDAD	NÚMERO	PORCENTAJE
< MENOR DE 20 AÑOS	7	5,98%
DE 20 A 25 AÑOS	10	8,55%
DE 26 A 30 AÑOS	25	21,37%
DE 31 A 35 AÑOS	40	34,19%
DE 36 A 50 AÑOS	23	19,66%
DE 51 A 65 AÑOS	8	6,84%
> DE 65 AÑOS	4	3,42%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 4. Edad de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: De las 100% de las personas encuestadas, las mismas que equivalen a 117, demuestran que en edad oscilan desde, < a 20 años el 6 %, de 20 a 25 años el 9%, de 26 a 30 años el 21%, de 31 a 35 años el 34 %, de 36 a 50 años el 20%, de 51 a 65 años el 7 % y de > a 65 años el 3%.

INTERPRETACIÓN: En base a la encuesta realizada se determinó que los visitantes al Parque Nacional Cotopaxi son personas adultas que fluctúan de los 31 a 35 años de edad.

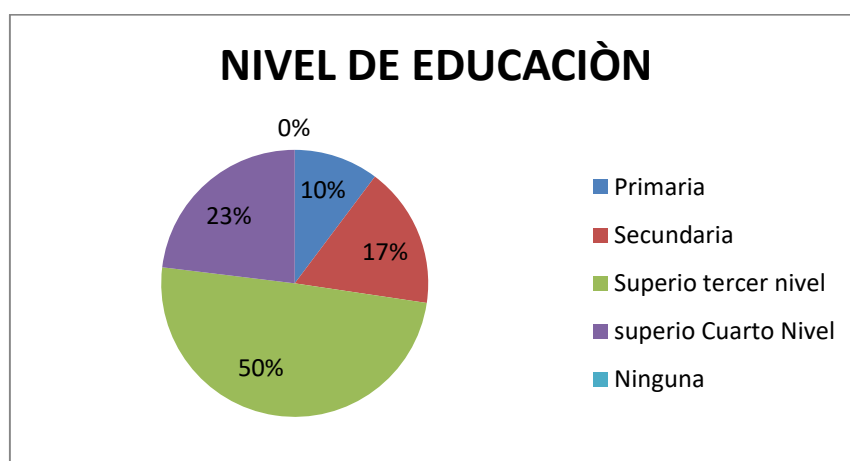
TABLA Nº 5. Nivel de Educación

NIVEL EDUCACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Primaria	12	10%
Secundaria	20	17%
Superior Tercer Nivel	58	50%
Superior Cuarto Nivel	27	23%
Ninguna	0	0%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 5. Nivel de Educación.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: En el nivel de educación de los encuestados se determinó, que en un 10% tienen instrucción primaria, un 17% instrucción secundaria, un 50% instrucción superior de Tercer Nivel, un 23% instrucción superior de Cuarto Nivel, dándonos así un total de 117 personas encuestadas equivalentes al 100%.

INTERPRETACIÓN: La mayor parte de clientes potenciales tienen educación de tercer nivel.

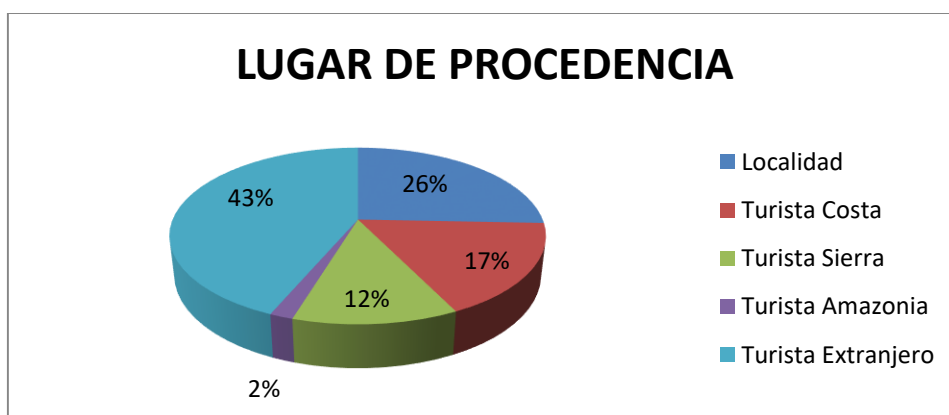
TABLA Nº 6. Lugar de procedencia de los turistas.

LUGAR DE PROCEDENCIA	NÚMERO	PORCENTAJE
Localidad	30	25,64%
Turista Costa	20	17,09%
Turista Sierra	14	11,97%
Turista Amazonia	2	1,71%
Turista Extranjero	51	43,59%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO N° 6. Lugar de procedencia de los turistas.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: Un 26 % de asistencia al parque Nacional Cotopaxi son de la localidad, un 17 % de visitas son de la Región Costa de nuestro país, con un 12 % de la Región Sierra, en un 2 % de la Región Amazónica, y con el 43 % que es la mayoría son turistas extranjeros.

INTERPRETACIÓN: El servicio que se ofrece tendrá mayor acogida por el turista extranjero, el mismo que aprecia la gastronomía ecuatoriana.

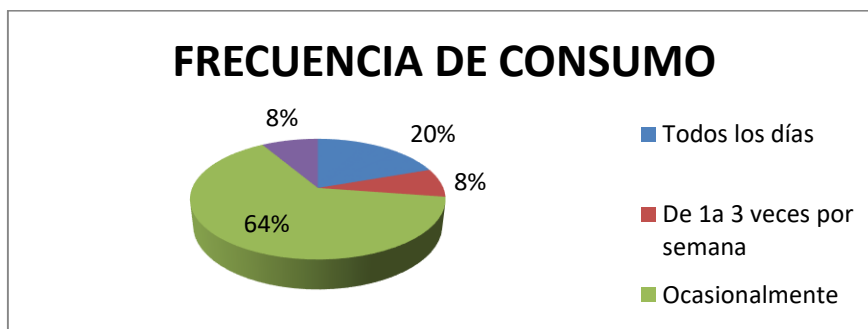
TABLA N° 7. Frecuencia de Consumo Fuera del Hogar.

FRECUENCIA DE CONSUMO	NÚMERO	PORCENTAJE
Todos los días	23	19.66%
De 1 a 3 veces por semana	9	7,69%
Ocasionalmente	75	64,10%
Ninguna	10	8.55%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO N° 7. Frecuencia de Consumo Fuera del Hogar



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: Un 20% de encuestados dijeron que consumen alimentos fuera de su hogar todos los días, un 8 % asumieron que de 1 a 3 veces por semana, siendo de estas respuestas de los lugareños y trabajadores de la zona que es un numero aceptable y a los cuales también podemos brindarles un servicio especializado y al alcance de su economía. Y con un 64% determinaron que consumen alimentos fuera de su hogar ocasionalmente, y en un 8% ninguna.

INTERPRETACIÓN: Con las encuestas realizadas se determinó que es factible brindar el servicio de alimentación, ya que la mayor parte de personas consumen alimentos fuera de casa.

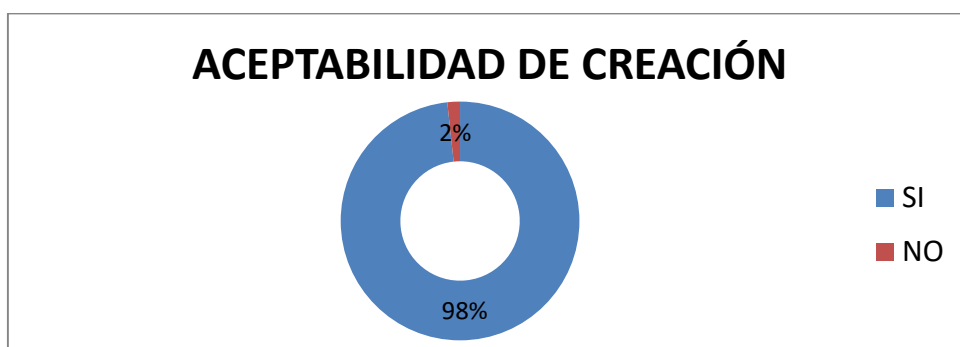
TABLA N° 8. Aceptabilidad de la creación de un nuevo Restaurante.

ACEPTABILIDAD DE UN NUEVO RESTAURANTE	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	115	98,29%
NO	2	1,71%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO N° 8. Aceptabilidad de la creación de un nuevo Restaurante.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: El 98% de encuestados aceptaron con agrado la idea de crear un nuevo restaurante, mientras que un 2% no estuvieron de acuerdo con la propuesta.

INTERPRETACIÓN: La aceptabilidad de la creación de un nuevo restaurante en la zona la respuesta fue muy favorable ya que la mayoría de encuestados opinaron que sería un gran iniciativa, ya que en la zona este tipo de servicios son muy escasos y los pocos existentes, por tener prestigio exageran en sus precios, es por ello que después de la favorable acogida del proyecto se toma la decisión de continuar con la idea.

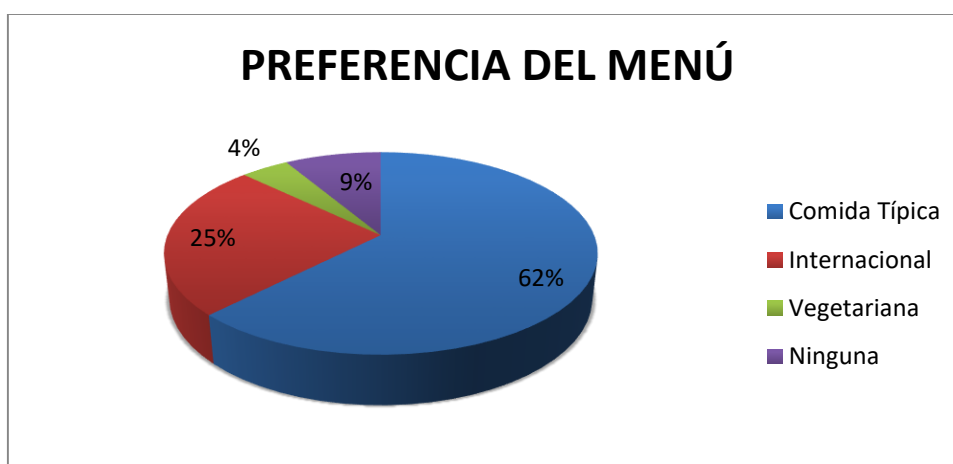
TABLA N° 9. Preferencia de Menú.

PREFERENCIA DE MENÚ	NÚMERO	PORCENTAJE
Comida Típica	73	62,39%
Internacional	29	24,79%
Vegetariana	5	4,27%
Ninguna	10	8,55%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO N° 9. Preferencia de Menú.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: En la preferencia del menú un 62% tiene aceptabilidad a la comida típica el 25% a la comida internacional, 4% comida vegetariana y un 9% ninguna preferencia establecida.

INTERPRETACIÓN: La comida típica del país tiene gran aceptabilidad, demostrándonos una vez más la gran acogida que tiene los diferentes productos del Ecuador a nivel nacional e internacional.

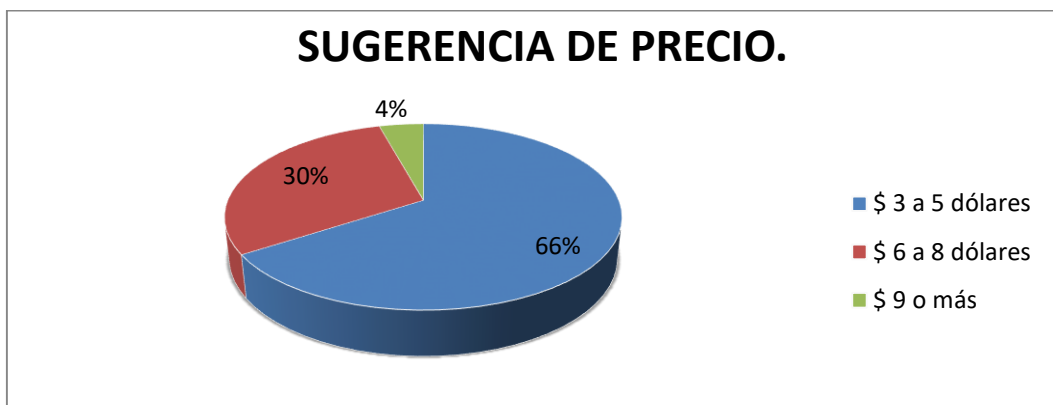
TABLA N° 10. Sugerencia de precios.

SUGERENCIA DE PRECIOS	NÚMERO	PORCENTAJE
\$ 3 a 5 dólares.	77	65,81%
\$ 6 a 8dólares.	35	29,91%
\$ 9 o más.	5	4,27%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 10. Sugerencia de precios.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: Los resultados arrojados demuestran que un 66% de personas están dispuestos a pagar por un menú de \$3 a \$5 dólares, un 30% de \$6 a \$8 dólares y un 4% de \$9 dólares o más.

INTERPRETACIÓN: Se establecerá menús con un precios que van desde \$ 3 a \$ 5 dólares, los mismos que pueden variar según la cantidad de materia prima utilizados para la preparación de los mismos.

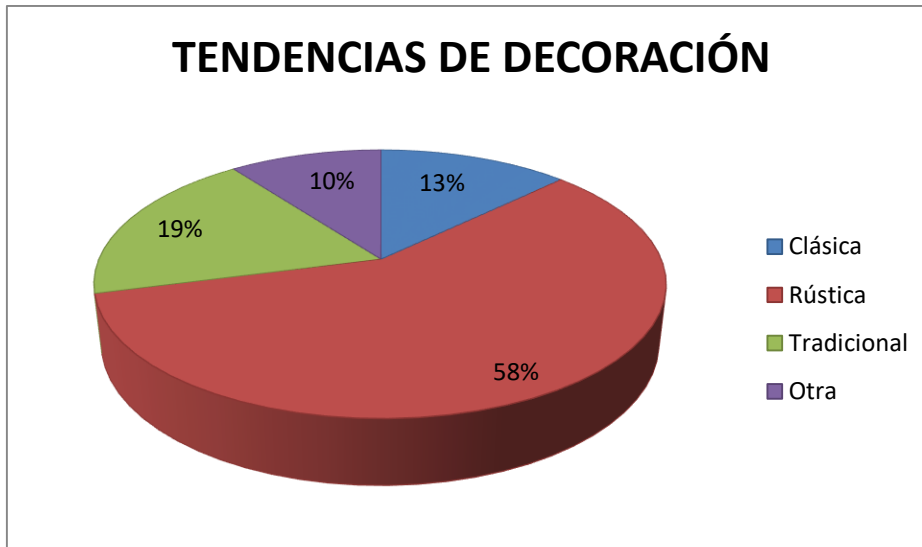
TABLA Nº 11. Tendencias de decoración.

TENDENCIAS DE DECORACIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
--------------------------	--------	------------

Clásica	15	12,82%
Rústica	68	58,12%
Tradicional	22	18,80%
Otra	12	10,26%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO N° 11. Tendencias de Decoración.



Fuente: Encuestas.
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: El 58% de encuestados tienen una tendencia hacia lo rústico, es decir, que tenga una semejanza con el ambiente y su entorno, en un 19% le atrae lo tradicional, un 13% clásica y un 10% otras formas de decoración del ambiente.

INTERPRETACIÓN: El ambiente que prefieren las personas de un restaurante es forma rústica debido a su entorno.

TABLA N° 12. Sugerencias para el Restaurante.

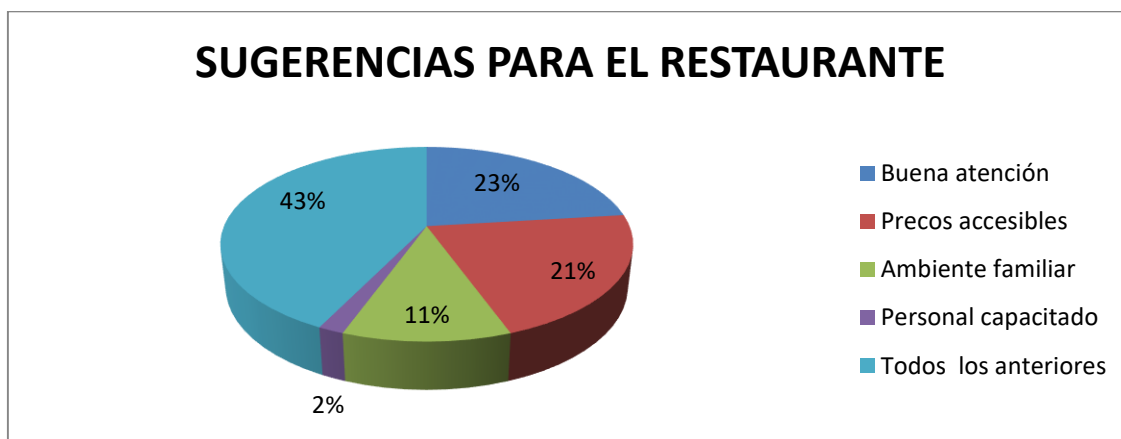
SUGERENCIAS PARA EL RESTAURANTE	NÚMERO	PORCENTAJE
Buena atención	27	23,08%

Precios accesibles	25	21,37%
Ambiente familiar	13	11,11%
Personal capacitado	2	1,71%
Todos los anteriores	50	42,74%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO N° 12. Sugerencias para el Restaurante.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ANÁLISIS: El 23% de encuestados desean una buena atención, precios accesibles un 21%, ambiente familiar 11%, 2% solicita personal capacitado y con un 43% prefieren que todo sea equitativo para que se genere un ambiente agradable para el visitante.

INTERPRETACIÓN: La aceptabilidad de un restaurante está determinada por varios factores, como son: buena atención, buen ambiente, precios accesibles, y personal capacitado esto generará gran acogida al restaurante

TABLA N° 13. Medios de comunicación.

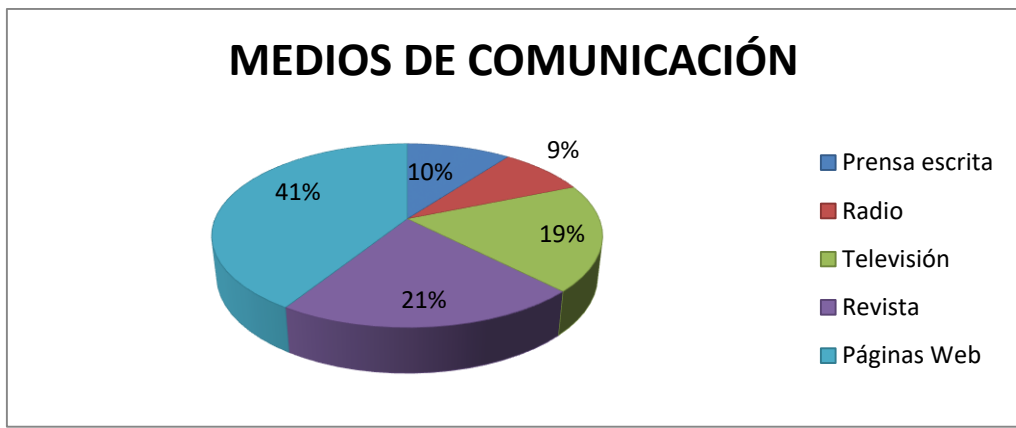
MEDIOS DE	NÚMERO	PORCENTAJE
-----------	--------	------------

COMUNICACIÓN		
Prensa escrita	12	10,26%
Radio	10	8,55%
Televisión	22	18,80%
Revista	25	21,37%
Páginas Web	48	41,03%
TOTAL	117	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 13. Medios de comunicación.



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Análisis: El 10% de encuestados prefieren la prensa escrita y de mayor circulación en el país, el 9% la radio, el 19% la televisión, con el 21% Revistas y con un 41% las páginas Web

INTERPRETACIÓN: Para la promoción del restaurante se eligió los medios de comunicación que más se prestan para conocer los lugares turísticos de cada país, los mismos que son la publicidad en revistas y en la página web del restaurante o en convenio con agencia de viajes y el ministerio de turismo.

ii. Discusión.

Los resultados de las encuestas que se realizó en el Parque Nacional Cotopaxi da una idea clara sobre las preferencias y gustos de cada una de las personas entrevistadas; es por esta razón que se determina que la mayor parte de personas son de sexo masculino, las edades oscilan de 31 a 35 años, teniendo estos un nivel de educación superior, también se pudo determinar que la mayoría de visitantes a dicho lugar son turistas extranjeros, que tienen una frecuencia de consumo de alimentos y bebidas en un porcentaje elevado, dando esto la idea para la creación de un nuevo restaurante, el mismo que tiene gran acogida y en especial la comida típica del Ecuador, por lo que se deberá determinar un precio promedio de 3 a 5 dólares por menú, pudiendo este cambiar según la materia prima ocupada para su preparación, esto hará que el futuro restaurante tenga gran aceptación de las personas que acudan al lugar; no solo por el precio sino por factores internos como son: buena atención, precios accesibles, ambiente familiar, personal capacitado. Tomando en cuenta todas estas consideraciones y en especial experiencias de competidores se decide que la mejor forma de hacer publicidad para nuestro restaurante es a través de revistas, la pagina web del Restaurante y de entidades gubernamentales que ayuden a difundir la propuesta, para hacer de esta una fructífera y exitosa inversión.

VI. CONCLUSIONES.

- Se establece que un 98% de encuestados les agrada la idea de crear un nuevo restaurante.
- Un 26 % de asistencia al parque Nacional Cotopaxi son de procedencia de la localidad, un 17 % de visitas son de la Región Costa de nuestro país, con un 12 % de la Región Sierra del país, un 43 % que es la mayoría son turistas extranjeros indistintamente de diferentes países, los cuales en 62% tiene aceptabilidad a la comida típica del Ecuador.
- Un 66% de encuestados están dispuestos a pagar en promedio un menú que va de \$3 a \$5 dólares.
- Se determinó que el 41% de las personas prefieren las páginas Web para informarse de las ofertas.

VII. RECOMENDACIONES.

- Ser minucioso en el análisis de las encuestas para no tener errores y poder desarrollar un estudio de factibilidad apropiado
- Se recomienda continuar con el estudio de viabilidad ya que las encuestas arrojan un resultado positivo de aceptación hacia un nuevo restaurante.
- Determinar los precios de las recetas estándar, según la capacidad de pago que reflejan en las encuestas.

VIII. PLAN DE EMPRESA.

a. ASPECTOS TÉCNICOS.

i. Determinación del tamaño de la empresa.

En la actualidad, se ha visto el gran crecimiento en la demanda de actividades de turismo y en especial el turismo gastronómico. Tanto a nivel nacional e internacional. Por lo que se ha decidido orientar la oferta, no sólo a grupos de particulares, sino también a actividades vinculadas con el turismo y empresarial turística.

La finalidad es llegar a ser el referente en calidad y servicio del turismo gastronómico del Cantón.

Se dispone de un espacio total de 500 m², de los cuales se divide en: área de producción, en esta se encuentra la cocina, el bar, el comedor, también cuenta con un área de administración que está comprendida por la caja, la oficina de administración, una bodega y además con un amplio parqueadero.

La capacidad de producción está comprendida de 25 mesas con cuatro sillas cada una, dando un estimado de 100 sillas distribuidas uniformemente en el área destinada para el comedor.

Con estos antecedentes antes expuestos hemos determinado que por el tamaño de la infraestructura, por la capacidad de oferta, por la mano de obra requerida entre otros determinamos que el restaurante esta entro de la categoría de los proyectos denominados como micro empresa.

ii. Capacidad de producción / Capacidad de oferta del servicio.

Se puede determinar la capacidad de producción del restaurante, fijándonos primordialmente en la demanda que se tiene.

Es indispensable llegar a un equilibrio entre lo que se planea vender y las ventas, es por ello que se debe seleccionar la maquinaria y herramientas idóneas, la materia prima y materiales, a más de contar con personal altamente calificado para la atención, manejo de equipos y de la materia prima.

TABLA Nº 14. Capacidad de producción del restaurante

CAPACIDAD	NÚMERO SILLAS
CAPACIDAD REAL	70
CAPACIDAD SIN SERVICIO	30
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA	100

Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 15. Ventas proyectadas (Expresado en número de personas)

Turistas al año	% Estimable de turistas.	Año	Mensual	Sillas Ocupadas
95972	27%	25912	2159	72

Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Del total de turistas anual, que visita el área protegida del Parque Nacional Cotopaxi, según el estudio realizado y gracias a la información otorgada por el Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas, es de 95.972, se proyecta vender al 27%, que son 25.912,4 turistas que al año, 2.159,33 turistas al mes y 72 turistas que se proyecta atender diariamente.

Cabe resaltar que, los visitantes del Parque Nacional Cotopaxi durante el año son nacionales y extranjeros.

Capacidad De Oferta Del Servicio

Para calcular la proyección de las ventas netas y de acuerdo a la tabla, los 53 turistas que visitarán el restaurante, consumirán \$ 5,00 cada uno, que es el costo promedio de los platos que se ofertan en el restaurante, generando ventas diarias de \$ 360; ventas mensuales de \$ 10.800,00 y dejando ventas netas anuales de \$ 129.600,00. La capacidad máxima del restaurante es de 25 Mesas con 100 sillas.

TABLA N° 16. Capacidad de Oferta del Servicio. (Expresado en dólares)

Sillas Ocupadas	Costo Promedio	Total Ventas. Diarias.	Total Ventas Mensuales.	Total Ventas Al Año
72	\$ 5,00	\$360	\$ 10.800,00	\$ 129.600,00

Fuente: Trabajo e Investigación de Campo
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iii. Localización

La elección de la ubicación en esta localidad es, básicamente, porque se conoce perfectamente el lugar y somos dueños del terreno en el cual aplicaremos el proyecto

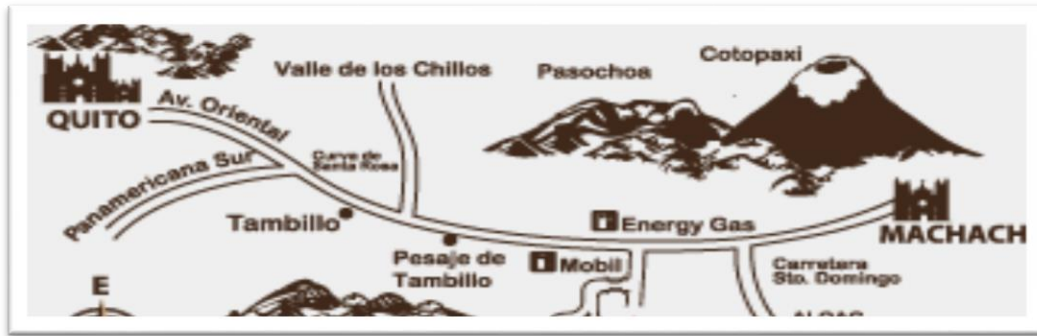
El terreno para la ejecución del Restaurante La Posada del Chagra Aventurero. Se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, Cantón Mejía, Parroquia Machachi, Barrio Güitig, Calle García Moreno, por el acceso Norte a la Ruta de los Volcanes.

GRÁFICO N° 14. Macro Localización. Ecuador, Provincia de Pichincha.



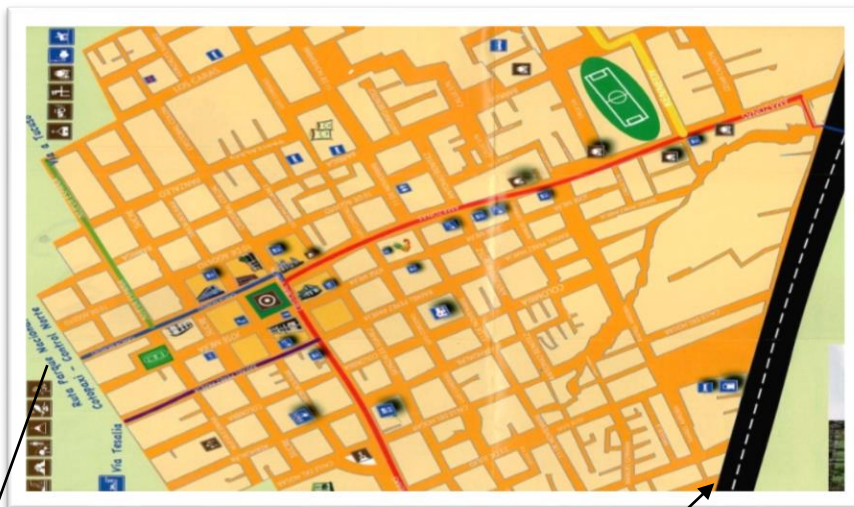
Fuente: Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas; ÁREA PROTEGIDA: Parque Nacional Cotopaxi.
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 15. Macro Localización. Cantón Mejía, Parroquia Machachi.



Fuente: Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas; ÁREA PROTEGIDA: Parque Nacional Cotopaxi.
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

GRÁFICO Nº 16. Micro Localización. Machachi, Barrio Güitig, Calle García Moreno, Ingreso norte a la ruta de los Volcanes.



Ubicación del Proyecto.

Panamericana Sur. Quito

Fuente: Ministerio del Ambiente, Unidad de Áreas Protegidas; ÁREA PROTEGIDA: Parque Nacional Cotopaxi.
Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iv. Procesos de producción del bien / Procesos de oferta del servicio.

1. Proceso De Planificación Para La Producción:

Los pasos a seguir para llegar al producto final ofertado son los que se detallan a continuación, estos son los pasos a seguir según la necesidad lo requiera:

1.1. Adquisición De La Materia Prima.- Analizamos las diferentes proformas de los productos, lista de proveedores, especificaciones de compra, recursos financieros, transporte.

1.2. Recepción De La Materia Prima.- Receptamos las facturas de los productos adquiridos, equipos para comprobar el peso, menaje para la colocar los productos.

1.3. Verificación De La Materia Prima.- Control visual y sensorial de la materia prima adquirida.

1.4. Lavado Y Desinfectado De La Materia Prima.- Adecuadas medidas de agua, utilización correcta de BPMs para el lavado tanto de los productos como de los recipientes que los contienen.

1.5. Almacenamiento De La Materia Prima.- Adecuación de estanterías, cuartos fríos (refrigerador, congelador), bodega, inventario de ingreso, contenedores.

1.6. Requisición De La Materia Prima.- Formato para requisición.

1.7. Preparación Del Mise En Place.- Distribución adecuada y correcta utilización de los Equipos y utensilios y espacio físico.

1.8. Preparación Y Cocción De Los Alimentos.- Utilización adecuada de los equipos y utensilios dentro del espacio físico distribuido para la realización del producto.

1.9. Control De Los Procesos De Producción (Condiciones Organolépticas Y Control De Calidad).- Formatos para la verificación, equipos y utensilios (termómetro).

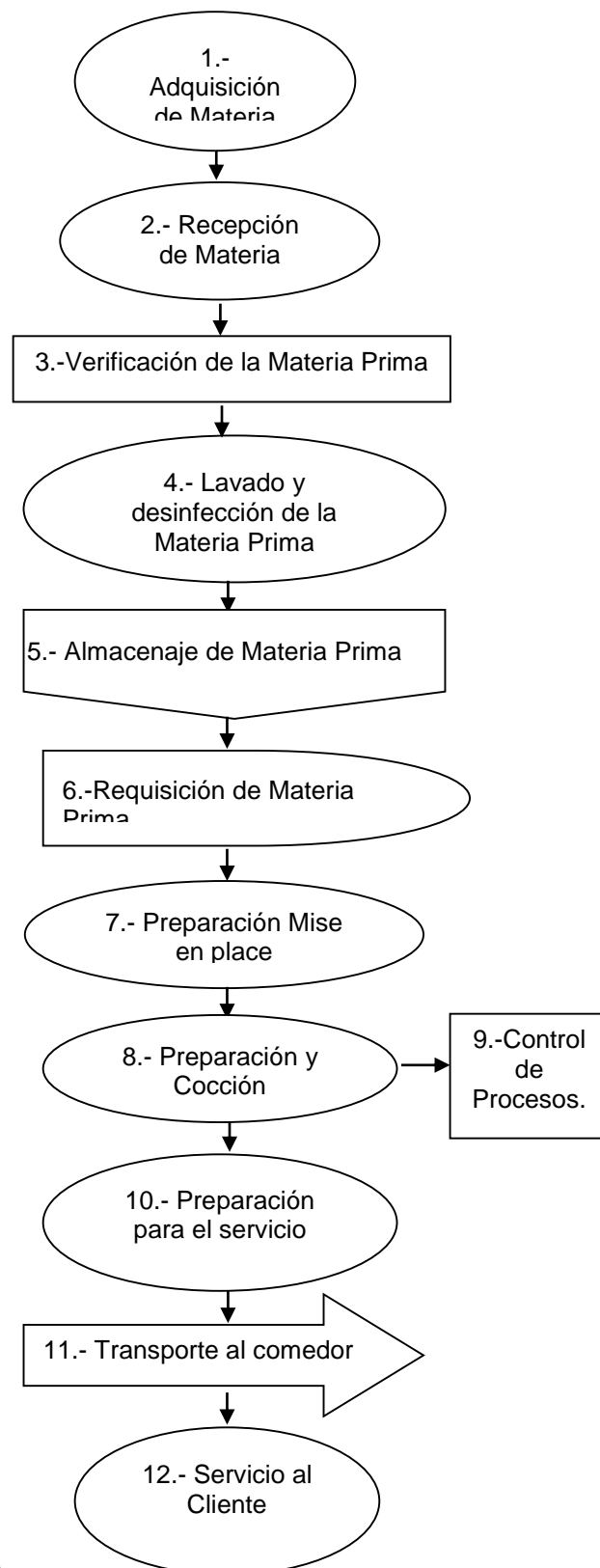
1.10. Preparación Para El Servicio.- Montajes, decoraciones.

1.11. Transporte Del Producto Terminado.- Distribución sincronizada del producto elaborado a los respectivos comensales.

En todos los procesos que se manejan para la obtención del producto final, interviene el recurso humano.

1.12. Servicio Al Cliente.- Despacho del producto solicitado por el cliente.

GRÁFICO N° 17. Flujo-Grama De Planificación Para La Producción Y Oferta Del Servicio.



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

2. Identificación de los procesos del servicio

2.1. Desde la llegada del cliente, se lo recibe en la entrada del local, para llevarlo a una mesa disponible y que esté acorde con el número de clientes, en donde se les entrega los respectivos menús.

2.2. Se toma la orden del cliente, previo a sugerencias y comentarios de los platos típicos ofertados, indicando que su pedido estará listo en un tiempo máximo de 15 minutos.

2.3. La comanda es entregada a caja, en donde se divide el pedido de los platos típicos que será entregado en la cocina y las bebidas que se distribuye en el bar del restaurante.

2.4. Se prepara la o las órdenes en un tiempo no mayor a 15 minutos.

2.5. Mientras se prepara la o las órdenes, se sirven las bebidas del bar.

2.6. Se controla la calidad del producto final como, limpieza, orden de los géneros, la totalidad del pedido.

2.7. Se lleva el pedido al cliente, confirmando que esté completo.

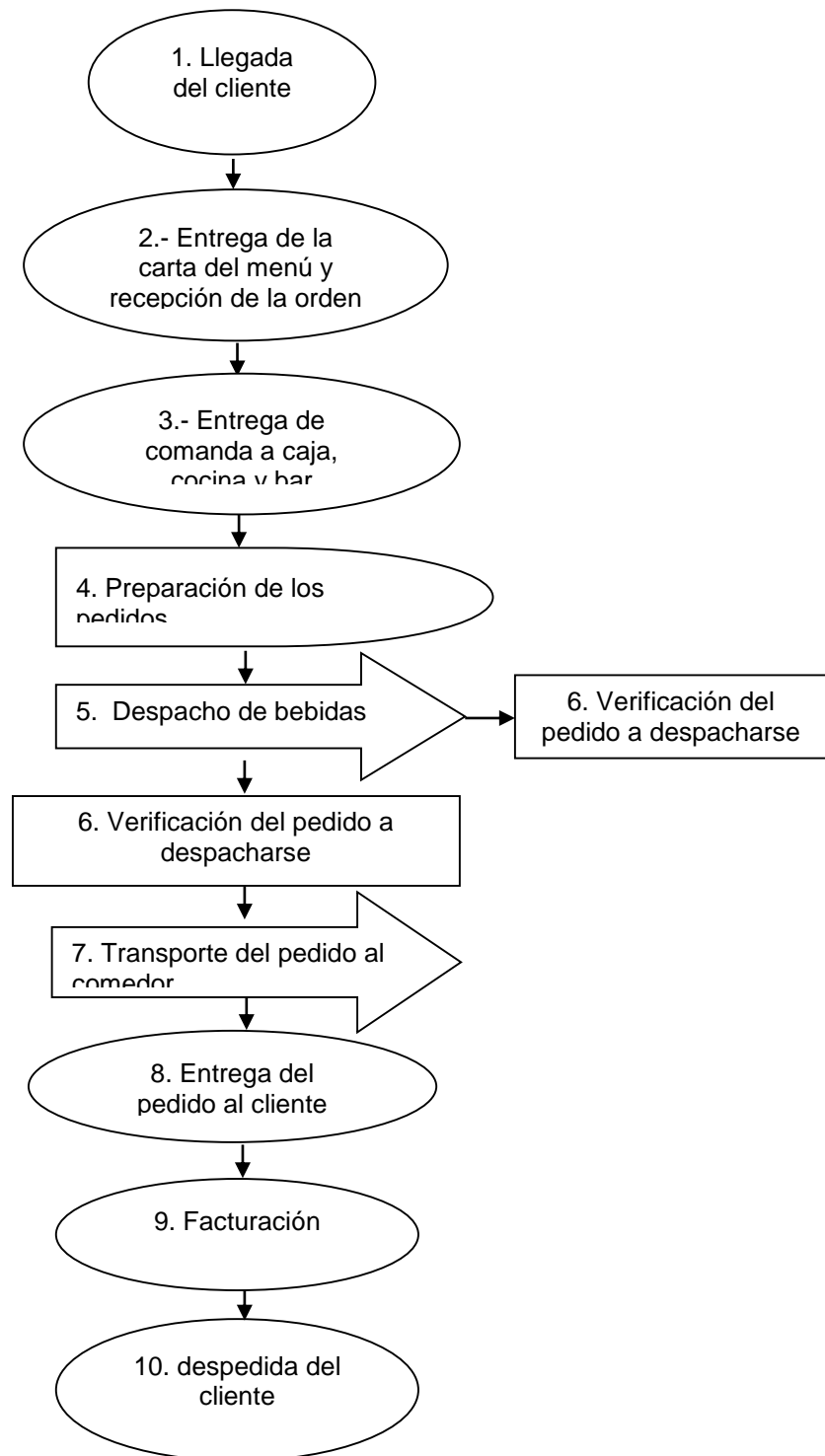
2.8. Se entrega el pedido, consultando si todo está en orden y si desea algo más, se llena la comanda y se regresa al paso 7 de la entrega de

la misma a caja.

2.9. Se pide a caja la cuenta, que es llevada por el mesero, cobrando y entregando el vuelto en caso de dinero en efectivo. Es aquí donde realizamos una encuesta indirecta sobre el nivel de aceptación de los platos, el servicio y sugerencias.

2.10. Con el agradecimiento recordamos a nuestros clientes, que estamos gustosos de atenderles.

GRÁFICO N° 18. Flujo-grama del Servicio



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

3. Recetas Estándar.

A continuación se detalla la oferta gastronómica del restaurante con la finalidad de tener una idea clara y amplia de los productos que se pretende ofertar

TABLA Nº 17. Receta estándar: Fritada

NOMBRE DE LA RECETA: FRITADA				
N. RECETA: 001		N. DE PORCIÓN: 5	PESO POR PORCIÓN: 200gr.	
CANT	U. MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO
1000	gr	Carne de cerdo	Cortar en dice	4
10	unidades	Ajo	Licuar e incorporar a la carne	0,25
100	ml	Chicha de jora	incorporar a la carne	0,25
5	gr	Achote en pasta	incorporar a la carne	0,15
3	unidades	Paiteña	Licuar e incorporar a la carne	0,25
50	gr	Cebolla blanca	Cortar en Brunoise e incorporar	0,1
1	Lbs.	Manteca de cerdo	incorpora	1,2
1	Lbs.	Papa uvilla	Blanquear y amarillar	0,5
30	ml	Aceite	incorporar	0,1
250	ml	Agua	incorporar	
1	Lbs.	Maíz para tostado	tostar	0,7
		Sal	rectificar	
		Pimienta	rectificar	
		comino	rectificar	
Costo total de la receta				7,5
10%Varios				0,75
COSTO TOTAL				8,25
COSTO POR PAX				1,65
UTILIDAD 30%				5,5
P.V.P.				6,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Tener cuidado al momento de la cocción ya que se puede desmenuzar la carne

2.- Es importante para amarillar colocar el achote

3.- La chicha es importante añadirla al inicio de la preparación para conservar sabores

FOTO



TABLA N° 18. Receta estándar: Fritada

NOMBRE DE LA RECETA: FRITADA DE IBARRA				
N. RECETA: 002		N. DE PORCION: 5	PESO POR PORCION: 200gr.	
CANT	U. MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO(\$)
1000	Gr	Carne de cerdo	Cortar médium dice	4
10	Unidades	Ajo	Licuar para el aliño	0,25
3	Unidades	Cebollas Paiteña	Licuar para el aliño	0,25
1	Lit.	Leche	Licuar para el ají	0,6
1	Unidad	Queso	Licuar para el ají	0,6
100	ml.	Chicha de jora	añadir	0,25
4	Unidades	Papas	Freír y majar	0,25
200	gr	Mote pre cocido	majar	0,25
250	gr	Manteca de cerdo	añadir	0.60
		Sal	añadir	
		Comino	añadir	
		pimienta	añadir	
Costo total de la receta				6,45
10%Varios				0,645
COSTO TOTAL				7,095
COSTO POR PAX				1,419
UTILIDAD 30%				4,73
P.V.P.				5,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

- NOTAS:**
- 1.- Para no perder el aroma del ajo y la cebolla se recomienda licuar
 - 2.- No añadir mucho líquido para que la carne no se desprenda los filamentos
 - 3.- No añadir mucha chicha ya que se encuentra fermentada y puede causar daño al consumidor.

FOTO



TABLA N° 19. Receta estándar: Yaguarlocro

NOMBRE RECETA: YAGUARLOCRO				
No. RECETA: 003		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 g	
CANTIDAD	U. MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO(\$)
4	libras	tripas de borrego	Lavarlas y cocinarlas	5,00
1	litro	sangre	Cocinarlo con toda funda	2,00
1	atado	cebolla blanca	Brunoise	0,50
2	unidad	pimientos verdes	Brunoise	0,25
1	funda	orégano	Añadir	0,25
1/2	atado	cilantro	Añadir	0,10
1	libra	maní	Incorporar	0,80
4	libra	papas	Dice	1,20
0.25	litros	aceite	Incorporar	0,50
2	unidad	aguacate	Cortar en tajadas	0,80
5	unidad	cebolla Paiteña	Brunoise	0,50
1	libra	tomate de riñón	Brunoise	0,50
Costo total de la receta				12,4
10%Varios				1,24
COSTO TOTAL				13,64
COSTO POR PAX				1,364
UTILIDAD 30%				4,55
P.V.P.				5,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Realizar un adecuado mise en place.

2.- Lavar bien las tripas con abundante limón y sal.

4.- Esperar que la sangre se enfríe para servir

FOTO



TABLA Nº 20. Receta estándar: Seco de chivo

NOMBRE RECETA: SECO DE CHIVO				
No. RECETA: 004		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 gr	
CANTIDAD	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1000	Gr.	carne de cordero	Cortar en cubos pequeños	4
100	Gr.	cebolla Paiteña	Brunoise	0,25
60	Gr.	pimiento rojo	Brunoise	0,25
60	Gr.	pimiento verde	Brunoise	0,25
37	Gr.	perejil	Brunoise	0,1
37	Gr.	cilantro	Brunoise	0,1
10	Gr.	ajo	Brunoise	0,25
2,5	ML.	aceite achiote	Agregar	0,15
454	Gr.	tomate riñón	Concase	0,75
250	ML.	cerveza	Agregar al refrito	0,9
1	UNIDAD	ají	Sumergir al final	0,05
450	Gr.	arroz	Cocer	0,45
2	UNIDADES	maduro	Freír	0,25
2	UNIDADES	aguacate	Decorar	0,8
-----	-----	sal	Rectificar sabores.	-----
-----	-----	pimienta	Rectificar sabores.	-----
			Costo total de la receta	8,55
			10%Varios	0,855
			COSTO TOTAL	9,405
			COSTO POR PAX	1,881
			UTILIDAD 30%	6,27
			P.V.P.	6,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Realizar un adecuado mise en place.

2.- Se deja marinar por unos pocos minutos a la carne de cordero en la cerveza para que pierda el olor del ácido cáprico.

3.- Al sumergir el ají debemos tomar la precaución de que este se encuentre sin sus semillas.

FOTO



TABLA Nº 21. Receta estándar: Lomo Montecristi en Salsa de Maracuyá

NOMBRE RECETA: LOMO MONTECRISTI EN SALSA DE MARACUYA				
No. RECETA: 005		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 gramos	
CANTIDAD	UNIDAD MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
500	Gr.	Camarón	Hacer pate.	3,00
4	Unid.	Verdes	Hacer patacón y majar.	0,50
4	Unid.	Huevos	Incorporar al pate	0,40
3	Hojas	Acelga	Saltear	0,10
500	gr.	Lomo de cerdo	Sellar, encamisar	1,60
5	Unid.	Ajo	Brunoise	0,25
2	Gr.	Comino	Rectificar sabores	0,10
1/2	Lat.	Aceite	Freír el verde	1,10
1	Unid	Zanahoria	Decoración	0,10
2	Unid.	Maracuyá	Extraer la pulpa	0,20
5	Gr.	Mostaza	Rectificar sabores	0,10
1/2	Lat.	Leche	Bechamel	0,30
25	Gr.	Harina	Bechamel	0,05
25	Gr.	Mantequilla	Bechamel	0,20
-----	-----	Sal	Rectificar sabores	
			Costo total de la receta	8,00
			10%Varios	0,80
			COSTO TOTAL	8,80
			COSTO POR PAX	1,76
			UTILIDAD 30%	5,87
			P.V.P.	6,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Realizar un adecuado mise en place.

2.- Es importante sellar el lomo de cerdo, para en el momento del encamisado no expulse los jugos y nos dañe el paté.

3.- La consistencia del pate debe ser firme, debemos controlar su humedad añadiendo una cantidad adecuada de huevo.

FOTO



TABLA Nº 22. Receta estándar: Seco de Pollo

NOMBRE DE LA RECETA: SECO DE POLLO				
N. RECETA: 006		N. DE PORCION: 5	PESO POR PORCION: 200gr	
CANT.	U. MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO (\$)
1/2	unidad	Pollo	cortar en presas	3,00
2	unidades	De pimiento verde	cortar en Brunoise	0,25
2	unidades	Cebolla Paiteña	cortar en Brunoise	0,50
4	unidades	Tomates de árbol	corta en Brunoise	0,50
4	unidades	Tomate riñón	Escaldar y cortar en Brunoise	0,50
1/2	Botella	Cerveza	agregar	0,45
4	unidades	Zanahoria	Cortar en Brunoise	0,50
4	unidades	Ajo	Cortar en Brunoise	0,40
		Aceite	cortar en Brunoise	0,20
		Cilantro	Cortar en Brunoise	0,05
		Perejil	Cortar en Brunoise	0,05
		Achote	Agregar	0,15
		Comino	Al gusto	
		Pimienta	Al gusto	
Costo total de la receta				6,55
10%Varios				0,655
COSTO TOTAL				7,205
COSTO POR PAX				1,441
UTILIDAD 30%				4,80
P.V.P.				5,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Empezar la cocción en agua fría.

2.- Licuar el tomate con la cerveza

3.- Añadir al último el cilantro para que no tome un color oscuro.

FOTO



TABLA Nº 23. Receta estándar: Aguado de Pollo

NOMBRE RECETA: AGUADO DE POLLO				
No. RECETA: 007		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 18 onza	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1/2	Unidad	Pollo	Porción en octavos	3,45
2	unidad	Cebolla blanca	Brunoise	0,20
1	Unidad	Tomate riñón	Dice Small	0,15
1	Unidad	Pimiento	Brunoise	0,15
1	Unidad	Zanahoria	Dice Small	0,15
4	Onzas	Arroz	Agregar	0,20
4	Unidad	Papas	Enteras	0,20
0.5	Unidad	Arveja	Agregar	0,60
1	Unidad	Cebolla Paiteña	Brunoise	0,15
5	Unidad	Ajo	Brunoise	0,10
2	Cdas	Apio	Brunoise	0,05
2	Cdas	Perejil	Brunoise	0,05
2	Cdas	Cilantro	Brunoise	0,05
1	Cda	Mantequilla	Incorporar	0,10
Costo neto				5,05
10% varios				0,51
COSTO TOTAL				5,56
COSTO POR PAX				1,11
UTILIDAD 30%				3,70
P.V.P				4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Los ingredientes deben ser incorporados en agua fría, para no perder sus nutrientes.

2.- No lavar el pollo antes de su cocción para que no exista proliferación de bacterias.

3.- Todos los aromatizantes incorporarlos al final, para conservar mejor sus sabores.

FOTO



TABLA N° 24. Receta estándar: Sancocho de Res

NOMBRE RECETA: SANCOCHO DE RES				
No. RECETA: 008		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
2	Lb	Pecho De Res	Cortar, cocer.	2,50
50	Gr	Arroz	Agregar	0,45
3	Unid	Choclo	Cortar slice grueso	0,75
4	Unid	Zanahoria	Cortar en dice	0,25
1/2	Lb	Arveja	Cocer por separado	0,75
1/2	Atad	Cebolla Blanca	Brunoise	0,65
2	Unid	Yuca	Cubos grandes	0,25
2	Unid	Verde	Corte slice	0,25
		Cilantro	Brunoise	0,05
		Perejil	Brunoise	0,05
		Ajo	Brunoise	-----
		Sal	Al gusto	-----
		Comino	Al gusto	-----
		Pimienta	Al gusto	-----
		Achiote	Al gusto	-----
			Costo neto	5,50
			10% varios	0,55
			COSTO TOTAL	6,05
			COSTO POR PAX	1,21
			UTILIDAD 30%	4,03
			P.V.P	4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Realizar un refrito básico.

2.- Incorporar al refrito agua fría, y cocer a fuego medio el pecho incluido los géneros más duros.

FOTO



TABLA Nº 25. Receta estándar: Mishque Locro de Casa

NOMBRE RECETA: MISHQUE LOCRO DE CASA				
No. RECETA: 009		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 18 onzas	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
4	Libras	Papas	Dice	1,60
1/2	Litros	Mishque	Agregar	0,50
1/2	Litros	Crema De Leche	Agregar	1,25
1	Libras	Cuero De Cerdo	Brunoise	1,00
1/2	Unidad	Queso De Mesa	Dice Small	1,00
2	Unidad	Aguacate	Guarnición	0,60
1/4	Atado	Cebolla Blanca	Brunoise	0,40
	Unidad	Cebolla Paiteña	Brunoise	0,15
	Unidad	Ajo	Brunoise	0,10
	Cdas	Apio	Brunoise	0,05
	Cdas	Perejil	Brunoise	0,05
	Cdas	Cilantro	Brunoise	0,05
	Cda	Mantequilla	Incorporar	0,10
-----	-----	Pimienta	Al Gusto	-----
-----	-----	Sal	Al Gusto	-----
Costo neto				6,85
10% varios				0,69
COSTO TOTAL				7,54
COSTO POR PAX				1,51
UTILIDAD 30%				5,02
P.V.P				5,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Realizar un adecuado mise en place.

2.- Todos los aromatizantes incorporarlos al final, para conservar mejor sus sabores.

FOTO



TABLA Nº 26. Receta estándar: Pollo Guisado

NOMBRE RECETA: POLLO GUISADO				
No. RECETA: 010		No. DE PORCIONES: 8	PESO POR PORCIÓN: 200 Gr.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1	Unidad	Pollo	Porción en octavos	4,60
1/2	Libra	Cebolla Perla	Dice Small	0,60
10	Unidad	Tomate de Riñón	Concase	1,10
2	Onzas	Vinagre	Incorporar	0,10
1/4	Tz.	Aceite	Sellar	0,50
5	Unidad	Zanahoria	Brunoise	0,30
3	Libras	Papas	Brunoise	1,20
		Ajo	Brunoise	0,20
		CILANTRO	Brunoise	0,05
		MANTEQUILLA	Incorporar	0,10
-----	-----	PIMIENTA	Al Gusto	-----
-----	-----	SAL	Al Gusto	-----
			Costo neto	8,75
			10% varios	0,88
			COSTO TOTAL	9,63
			COSTO POR PAX	1,20
			UTILIDAD 30%	4,01
			P.V.P	4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Realizar un adecuado mise en place.

2.- Todos los aromatizantes incorporarlos al final, para conservar mejor sus sabores.

FOTO



TABLA Nº 27. Receta estándar: Carne Asada

NOMBRE RECETA: MENESTRA CON CARNE ASADA				
No. RECETA: 011		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
0,5	Lbs.	Lenteja	Cocer a fuego lento	0,75
2	Unidad	Pimiento	Brunoise	0,10
1	Unidad	Cebolla Blanca	Brunoise	0,05
1	Cda	Aceite Achiote	Agregar	0,15
0,5	Lit.	Aceite	Freír	1,00
1	Unidad	Aguacate	Cortar para la guarnición	0,25
2	Unidad	Maduros	Freír	0,25
2	Lbs.	Arroz	Cocer	0,80
1,5	Lbs.	Carne	Cortar y freír	2,70
1	Unidad	Paiteña	Brunoise	0,15
1	Unidad	Tomate Riñón	Escalfado	0,10
1	Cda.	Perejil	Brunoise	0,05
5	Unidad.	Ajo	Brunoise	0,10
-----	-----	PIMIENTA	Al Gusto	-----
-----	-----	SAL	Al Gusto	-----
-----	-----	SAL	Al Gusto	-----
Costo neto				6,40
10% varios				0,64
COSTO TOTAL				7,04
COSTO POR PAX				1,41
UTILIDAD 30%				4,69
P.V.P				5,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Incorporar al refrito agua fría, incorporar la lenteja y cocer a fuego medio.

2.- Para que coja consistencia se debe licuar la tercera parte del género en cocción en este caso la lenteja.

FOTO



TABLA N° 28. Receta estándar: Trucha al Vapor

NOMBRE RECETA: TRUCHA AL VAPOR				
No. RECETA: 012		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 Gr.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1	kg	Filetes De Trucha	Bridar	5,50
125	Grs.	Jamón De Pierna	Dice Small	2,50
100	Grs.	Espinaca	Cocer	0,25
5	unidad	Zanahoria	Brunoise	0,30
0,5	Tz	Vino Tinto	Flambear	0,34
1	unidad	Naranja	Incorporar	0,08
250	Grs.	Queso mozzarella	Rallar	1,20
1	kg	Papas	Dice	0,60
42,75	Grs.	Mantequilla	Blanquear	0,05
0,25	Tz.	Aceite	Sellar	0,10
-----	-----	Pimienta	Al Gusto	-----
-----	-----	Sal	Al Gusto	-----
Costo neto				10,92
10% varios				1,09
COSTO TOTAL				12,01
COSTO POR PAX				2,40
UTILIDAD 30%				8,01
P.V.P				8,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Bridar el filete de trucha con mucho cuidado para no destrozarse su forma.

2.- Acompañar con la guarnición de vegetales.

FOTO



TABLA Nº 29. Receta estándar: Calamar Estofado

NOMBRE RECETA: CALAMAR ESTOFADO				
No. RECETA: 013		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 Gr.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
460	Grs.	Calamares	Cortar	1,50
25	Grs.	Ajos	Brunoise	0,25
500	Grs.	Tomate	Concase	0,80
1	unidad	Cebolla Paiteña	Brunoise	0,20
250	Grs.	Hongos secos	Brunoise	1,00
1	Tz.	Vino Tinto	Flambear	0,60
130	Grs.	Pasta De Tomate	Agregar	0,64
-----	-----	Pimienta	Al Gusto	-----
-----	-----	Sal	Al Gusto	-----
Costo neto				4,99
10% varios				0,50
COSTO TOTAL				5,49
COSTO POR PAX				1,10
UTILIDAD 30%				3,66
P.V.P				4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Comprobar que el calamar este fresco

2.- Los hongos secos comprobar que estén totalmente deshidratados.

FOTO



TABLA Nº 30. Receta estándar: Camarones con Coco y Verde

NOMBRE RECETA: CAMARONES CON COCO Y VERDE				
No. RECETA: 014		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 Gr.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
333	Grs.	Verdes	Rallar	0,16
14,25	Grs.	Mantequilla	Blanquear	0,04
1	Grs.	Paiteña	Brunoise	0,22
14,25	Grs.	Ajo	Brunoise	0,05
166	Grs.	Pimiento rojo	Juliana	0,50
125	Grs.	Pimiento Verde	Juliana	0,25
250	Grs.	Tomate	Concase	0,29
500	Ml.	Leche de coco	Incorporar	2,00
500	Grs.	Camarones	Cocer	4,50
-----	-----	PIMIENTA	Al Gusto	-----
-----	-----	SAL	Al Gusto	-----
Costo neto				8,01
10% varios				0,80
COSTO TOTAL				8,81
COSTO POR PAX				1,76
UTILIDAD 30%				5,87
P.V.P				6,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- La leche de coco incorporar al final

2.- Tener cuidado de no cocer en exceso los camarones

FOTO



TABLA Nº 31. Receta estándar: Bolones de Verde

NOMBRE RECETA: BOLONES DE VERDE				
No. RECETA: 015		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
4	Unid.	Verde	Cocer, Rallar	0,4
227	Gr.	Lonja	Corte En Dice	0,5
225	Gr	Sal	Agregar	0,4
10	Gr	Comino	Agregar	0,15
100	Gr	Ajo	Agregar	0,3
1/2	Lt.	Aceite		1
			Costo neto	2,75
			10% varios	0,28
			COSTO TOTAL	3,03
			COSTO POR PAX	0,61
			UTILIDAD 30%	2,02
			P.V.P	2,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- El aceite debe estar a una temperatura de 145° para freír.

2.- Los verdes una vez pelados se deben colocar en agua.

FOTO



TABLA Nº 32. Receta estándar: Biche de Pescado

NOMBRE RECETA: BICHE DE PESCADO				
No. RECETA: 016		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 200 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
250	Gr	Pescado Atún	Cortar En Médium Dice	2,00
5	Unidades	Verde	Cocinar Entero Y Licuar	1,00
1,4	Unidad	Queso	Decoración	0,40
4	Unidades	Choclo	Cortar En Aros	0,80
454	Gr	Yuca	Cortar En Médium Dice	1,00
100	Gr	Cebolla Paiteña	Cortar En Brunoise	0,80
4	Unidades	Limón	Decoración	0,20
		Sal	Agregar	
		Pimienta	Agregar	
Costo neto				5,40
10% varios				0,54
COSTO TOTAL				5,94
COSTO POR PAX				1,19
UTILIDAD 30%				3,96
P.V.P				4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTA: 1.- Saltear la cebolla con el atún

2.- Cocinar primero el choclo porque es duro

3.- Licuar el verde para utilizar como espesante.

FOTO



TABLA Nº 33. Receta estándar: Ceviche de Pescado

NOMBRE RECETA: CEVICHE DE PESCADO				
No. RECETA: 017		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1	Lbs.	Pescado.	Cocer a fuego lento.	1,50
1	Lbs.	Cebolla Paiteña	Cortar en small juliana.	0,50
1	Lbs.	Tomate riñón	Concase, licuar.	0,50
10	Unid	Limón.	Extraer el zumo e incorporar	0,25
1	Unid.	naranja	Extraer el zumo e incorporar	0,15
1	Atado.	Cilantro, perejil.	Picar en Brunoise	0,10
10	Gr.	Mostaza.	Incorporar	0,15
50	Gr.	Salsa de tomate	Incorporar al tomate licuado	0,50
2	Unid.	verde	Hacer patacones	0,25
1/2	Lt.	Aceite.	Para freír	1,00
		Sal	Rectificar sabores	
		Pimienta	Rectificar sabores	
		COMINO	Al gusto	
		PIMIENTA	Al gusto	
Costo neto				4,90
10% varios				0,49
COSTO TOTAL				5,39
COSTO POR PAX				1,08
UTILIDAD 30%				3,59
P.V.P				4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Tomar en cuenta el tiempo de cocción del pescado para evitar que se endurezca o a su vez se desmenuce, dependiendo de la contextura del pescado.

2.- El tomate debe estar bien maduro para no dañar la consistencia del ceviche.

FOTO



TABLA Nº 34. Receta estándar: Ensalada con Jamón y Pasta

NOMBRE RECETA: ENSALADA CON JAMÓN Y PASTA				
No. RECETA: 018		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
200	Gr.	Fideos Cortos	Cocinar Con Sal	1,30
200	Gr.	Vainitas Verdes	Cocinar	0,25
200	Gr.	Choclo Desgranado	Cocinar	0,50
200	Gr.	Arvejas	Cocinar	0,25
100	Gr.	Jamón En Trozos	Añadir, Mezclar	0,75
2	Unidades	Apio	Añadir, Mezclar	0,10
4	Cdas.	Aceite.	Mezclar	0,15
1	Cda.	Jugo De Limón	Mezclar	
1	Cdita.	Mostaza	Mezclar	0,10
1	Cdita.	Tomillo Picado	Mezclar	
		SAL	Rectificar Sabores	
		PIMIENTA	Rectificar Sabores	
Costo neto				3,40
10% varios				0,34
COSTO TOTAL				3,74
COSTO POR PAX				0,75
UTILIDAD 30%				2,49
P.V.P				2,50

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Los tipos de pastas ideales para esta ensalada son los caracoles.

2.- Cocer la pasta en abundante agua.

FOTO



TABLA Nº 35. Receta estándar: Ensalada de Pollo y Tomates Secos

NOMBRE RECETA: ENSALADA DE POLLO Y TOMATES SECOS				
No. RECETA: 019		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1	Unidad	Masa De Hojaldre	Cortar En Triángulos	1,50
2	Unidades	Zanahorias	Cortar En Julianas	0,20
1	Unidad	Cebolla Puerro	Cortar En Julianas	0,25
8	Unidades	Tomates Secos	Hidratar	0,75
50	Gr.	Hongos Secos	Hidratar	0,50
1	Unidad	Pechuga De Pollo	Desgrasar Y Filetear	1,50
6	Cdas.	Aceite	Licuar	0,20
		Sal Pimienta	Rectificar Sabores	
		Ajo	Licuar	
		Hiervas Frescas	Licuar	
Costo neto				4,90
10% varios				0,49
COSTO TOTAL				5,39
COSTO POR PAX				1,08
UTILIDAD 30%				3,59
P.V.P				4,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Puede reemplazar el pollo por carne de ternera o cerdo.

2.- Cocer las carnes a la plancha.

3.- Hidratar los tomates y los hongos secos con agua muy caliente.

4.- Acompañar la ensalada con la masa de hojaldre.

FOTO



TABLA Nº 36. Receta estándar: Arroz con Leche

NOMBRE RECETA: ARROZ CON LECHE				
No. RECETA: 020		No. DE PORCIONES: 5	PESO POR PORCIÓN: 120 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
0.5	Libra	Arroz	Cocinar Con Un Litro De Agua	0,23
0.5	Libra	Azúcar	Al Gusto	0,25
1	Litro	Leche	Incorporar	0,60
1	Pizca	Sal	Incorporar	
2	Cajas	Pasas	Incorporar	1,00
1	Trozo	Canela	Al Gusto	0,25
1	Fundita	Clavo De Olor	Al Gusto	0,25
Costo neto				2,58
10% varios				0,26
COSTO TOTAL				2,84
COSTO POR PAX				0,57
UTILIDAD 30%				1,89
P.V.P				2,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Cuando el arroz este secándose incorporar la leche.

2.- Agregar la canela y el clavo de olor a media cocción para que se concentren los sabores en plato elaborado.

FOTO



TABLA Nº 37. Receta estándar: Morocho

NOMBRE RECETA: MOROCHO				
No. RECETA: 021		No. DE PORCIONES: 10	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1/2	Libra	Morocho Partido	Cocer	0,50
2	Litros	Leche	Agregar	1,50
1	Libra	Azúcar	Agregar	0,45
		Canela En Rama	Al Gusto	
		Canela En Polvo	Al Gusto	
		Pimienta De Olor	Al Gusto	
		Pasas Al Gusto	Al Gusto	
			Al Gusto	
Costo neto				2,45
10% varios				0,25
COSTO TOTAL				2,70
COSTO POR PAX				0,27
UTILIDAD 30%				0,90
P.V.P				1,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Si falta líquido durante la cocción, agregar leche hirviendo.

2.- Se puede remplazar el azúcar con la leche condensada.

FOTO



TABLA Nº 38. Receta estándar: Quimbolito

NOMBRE RECETA: QUIMBOLITO				
No. RECETA: 022		No. DE PORCIONES: 10	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
1/2	Litro	Leche	Mezclar	0,35
1/2	Libra	Azúcar	Agregar	0,22
4	Cdas.	Mantequilla	Batir	0,30
5	Unidad	Huevos	Batir	0,60
1/2	Libra	Harina	Incorporar	0,25
1	Cda	Esencia De Vainilla	Añadir	0,10
1	Cda	Esencia De Anís	Añadir	0,15
1	Fda.	Pasas	Al Gusto	0,75
		Polvo De Hornear	Mezclar	
		Ron	Aromatizar	
		Hojas De Achira	Envoltura	1,00
Costo neto				3,72
10% varios				0,37
COSTO TOTAL				4,09
COSTO POR PAX				0,41
UTILIDAD 30%				1,36
P.V.P				1,50

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- Cocer al vapor durante 15 minutos.

2.- Añadir las esencias y el licor al final.

3.- Envolver la mezcla en la hoja de achira teniendo cuidado que esta no se desparrame.

FOTO



TABLA Nº 39. Receta estándar: Humitas

NOMBRE RECETA: HUMITAS				
No. RECETA: 023		No. DE PORCIONES: 10	PESO POR PORCIÓN: 50 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
4	Lbs.	Choclos	Moler Fino	1,00
224	Gr.	Mantequilla	Agregar	0,75
30	Gr.	Azúcar	Rectificar Sabor	0,10
45	Gr.	Polvo De Hornear	Agregar	0,25
5	Unidades.	Huevos	Incorporar	0,60
200	Gr.	Queso Fresco	Relleno	0,60
100	Gr.	Manteca De Cerdo	Agregar	0,50
		Sal	Rectificar Sabor	
		Hojas De Choclo	Envoltura	0,25
Costo neto				4,05
10% varios				0,41
COSTO TOTAL				4,46
COSTO POR PAX				0,45
UTILIDAD 30%				1,49
P.V.P				1,50

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

- NOTAS:**
- 1.- Agregar las cantidades exactas para obtener una masa adecuada.
 - 2.- Mezclar los ingredientes de una manera envolvente evitar que la masa pierda consistencia.
 - 3.- Se recomienda poner una cantidad moderada de masa en las hojas para evitar se derrama al momento de la cocción.

FOTO



TABLA Nº 40. Receta estándar: Dulce de Higos

NOMBRE RECETA: DULCE DE HIGOS				
No. RECETA: 024		No. DE PORCIONES: 10	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
25	Unidades	Higo Fresco	Corte En Cruz	1,00
2	Libra	Panela	Diluir	0,75
1/2	Unidad	Queso Fresco	Acompañar	0,80
		Pimienta Dulce	Al Gusto	
		Clavo De Olor	Al Gusto	
		Canela En Rama	Al Gusto	
Costo neto				2,55
10% varios				0,26
COSTO TOTAL				2,81
COSTO POR PAX				0,28
UTILIDAD 30%				0,94
P.V.P				1,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS:

1. Servir acompañado con queso fresco.

FOTO



TABLA N° 41. Receta estándar: Delicia Serrana

NOMBRE RECETA: DELICIA SERRANA				
No. RECETA: 025		No. DE PORCIONES: 10	PESO POR PORCIÓN: 80 grs.	
CANT.	U.MEDIDA	INGREDIENTES	PROCEDIMIENTO	COSTO \$
250	c.c.	Vino Tinto	Hacer Una Reducción	1,75
½	Lbs.	Frutilla	Incorporar	0,50
½	Lbs.	Mora	Incorporar	0,50
30	Gr.	Azúcar	Añadir Al Vino Tinto	0,12
20	Gr.	Helado De Paila	Decoración	0,25
1/4	Lit.	Glucosa	Cristalizar	1,00
		Canela	Aromatizar	
		Clavo De Olor	Aromatizar	
Costo neto				4,12
10% varios				0,41
COSTO TOTAL				4,53
COSTO POR PAX				0,45
UTILIDAD 30%				1,51
P.V.P				1,50

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

NOTAS: 1.- La mora y la frutilla añadir las a la reducción de vino tinto casi en el momento que retiremos del fuego.

2.- Tener cuidado al momento de realizar la cristalización de la glucosa, para evitar que se quemé.

3.- El helado ponerlo al momento de servir, o a su vez ponerlo en refrigeración y sacarlo al momento de servir.

FOTO



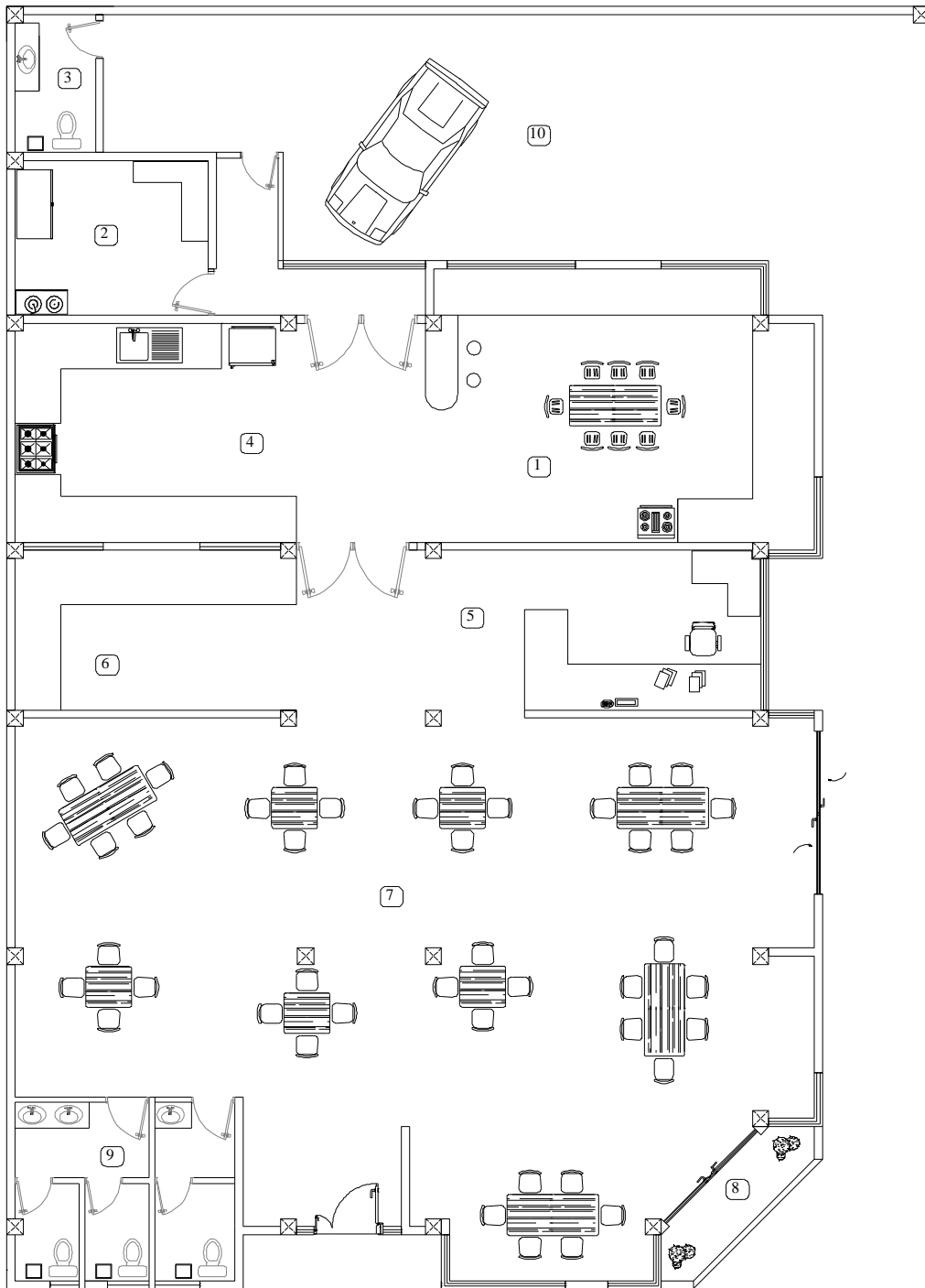
v. Viabilidad Técnica.

Infraestructura y Construcción:

El Restaurante la Posada del Chagra Aventurero, es viable por su infraestructura ya que con el mismo no pretende dañar en lo mínimo posible el medio ambiente, con una construcción rustica utilizando materia prima lo menos elaborada posible, con materiales que no son nocivos para el medio ambiente y que se encuentran en el mercado, aprovechando también recursos de la zona.

Es favorable destacar que no existe competencia cerca, porque los locales de expendio de alimentos que de la zona están a una considerable distancia y en el centro de la parroquia.

GRÁFICO N° 19. Distribución del Restaurante



Fuente: Pruna, E. (2012)
 Elaborado por: Ing. Gisela Sánchez.

Mano De Obra:

Se utilizara personal para cada área, capacitando constantemente, para una mejor atención a los clientes.

Materia Prima:

La materia prima a utilizar son productos de calidad y de producción de la zona, los cuales se manejará con proveedores, cumpliendo estándares de calidad, manteniendo los niveles sanitarios adecuados para cada producto. Los desperdicios alimenticios serán controlados y tendrán el tratamiento adecuado para su degradación.

Maquinaria y Equipo:

Tanto la maquinaria como el equipo a utilizar, se encuentra previamente analizado, desde el origen hasta su cotización, tomando en cuenta el espacio disponible y el proceso de producción, para poder aprovechar sus funciones o virtudes en su totalidad.

Todos los procesos se los realiza cuidando en todo momento el medio ambiente, procurando tener el mínimo desperdicio en todos los sentidos como por ejemplo papelería, manteniendo así respeto a la ecología del lugar

TABLA N° 42. Equipos de cocina.

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
----------------	--------------	----------------	----------------

EQUIPOS DE COCINA			
Cocina con 6 quemadores con plancha y parrilla	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Campana extractora de olores	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Horno pequeño	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Refrigerador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cuarto Frio (Congelador)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Licadora Industrial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Batidora profesional	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Extractor de Cítricos	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Balanza	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Mesa de Trabajo	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Estantes 4 repisas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Licadora Oster	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Batería de Cocina N 40	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Ollas Medianas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Ollas Grandes	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Cilindro de gas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
TOTAL EQUIPOS DE COCINA			\$ 6.458,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA N° 43. Menaje y Vajilla.

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
MENAJE Y VAJILLA			
Escurreidor de Arroz	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Cuchillo cebollero	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Puntilla	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Espumadera	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Manga pastelera	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Espátula	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Set de Boquillas	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Tabla de picar	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Bowls 38cm	3	\$ 2,20	\$ 6,60
Cucharones Grandes	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cucharones pequeños	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Exprimidor de Limón	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Colador Plástico	2	\$ 0,40	\$ 0,80
Colador de Metal	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Termómetro bimetálico (16 cm)	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Jarra Multiusos	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Bandejas de Servicio	25	\$ 8,00	\$ 200,00
Rallador de 4 lados	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Sartén Grande	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Sartén Pequeño Teflón	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Cucharas	150	\$ 0,55	\$ 82,50
Cuchillos de mesa	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Cucharas pequeñas	150	\$ 0,50	\$ 75,00
Tenedores	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Vasos de Cristal 8oz.	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Extintor 20 lbs.			\$ 200,00
Uniformes de cocina	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Mascarillas	100	\$ 0,01	\$ 1,00
Guantes	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Platos soperos	150	\$ 1,80	\$ 270,00
Platos tendidos	150	\$ 1,80	\$ 270,00
Platos postre	150	\$ 1,80	\$ 270,00
Canguileras	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Líneas	2	\$ 180,00	\$ 360,00
TOTAL MENAJE Y VAJILLA			\$ 2.568,40

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA N° 44. Equipo de Cómputo.

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
<u>EQUIPO DE COMPUTO</u>			
Computador e Impresora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			\$ 1.000,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA N° 45. Muebles y Enseres.

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
<u>MUBLES Y ENSERES</u>			
Mesas	25	\$ 32,00	\$ 800,00
Sillas	110	\$ 10,00	\$ 1.100,00
Escritorio	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla de Oficina	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL MUBLES Y ENSERES			\$ 2.075,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA N° 46. Útiles de oficina.

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
<u>SUMINISTROS Y MATERIALES</u>			
Útiles de Oficina			
Resma de papel	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Cartucho	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Memoria externa	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Carpetas	10	\$ 0,20	\$ 2,00
Resaltador	3	\$ 0,75	\$ 2,25
Perforadora	1	\$ 1,35	\$ 1,35
Grapadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Tijeras	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Esteros	6	\$ 0,35	\$ 2,10
TOTAL ÚTILES DE OFICINA			\$ 187,70

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 47. Útiles de Limpieza

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
Útiles de Limpieza			
Escobas	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Recogedor de Basura	3	\$ 1,25	\$ 3,75
Botes de Basura con tapa	3	\$ 4,20	\$ 12,60
Fundas de basura Industrial	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Trapeadores	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Cloro gl.	1	\$ 3,40	\$ 3,40
Desinfectante gl.	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Estropajos	10	\$ 3,40	\$ 34,00
Limpiones	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Rollo de papel Toalla	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Jabón para platos gl.	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Lava vajilla	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Papel higiénico	24	\$ 0,18	\$ 4,32
Rollo plástico	1	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL UTILES DE LIMPIEZA			\$ 181,37

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

b. ASPECTOS JURÍDICOS / MERCANTILES.

i. Forma Jurídica Elegida Para El Proyecto.

La forma jurídica mercantil del proyecto contempla los aspectos legales referentes a la constitución de la empresa, y selecciona de entre las distintas formas jurídicas existentes aquella que mejor se ajuste a los objetivos de la empresa; por lo que se ha elegido al proyecto como una empresa de responsabilidad limitada.

La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el

Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario 2 (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías).

Tomando en cuenta todo lo antes mencionado se decide que, El Restaurante la Posada del Chagra Aventurero, la conformación del mismo este dada por 3 socios con sus respectivas aportaciones.

ii. Requisitos Legales Para Su Apertura Y Funcionamiento

Para Constituir La Compañía:

1. Aprobación Del Nombre De La Compañía

Trámite.- Se deben presentar alternativas de nombres para la puesta en marcha del proyecto, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

Documentación:

- Llenar formulario que otorga la Súper Intendencia de Compañías, adjuntar copia de cédulas y papeletas de votación de los socios que forman la compañía.

2. Apertura Cuenta de Integración de Capital

Trámite. Realizamos la apertura de una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier entidad financiera del país.

Documentación:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.

- Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
- El valor del depósito
- Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Compañía Limitada.

3. Celebrar la Escritura Pública

Trámite.- Ante un abogado se realiza una minuta de constitución de compañías, una vez realizado esta minuta se dirige a la Notaria para su legalización.

Documentación:

- Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas).
- Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías.
- Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco.
- Minuta para constituir la Compañía.
- Pago derechos Notariales.

4. Solicitar la Aprobación de las Escrituras de Constitución.

Trámite.- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

Documentación:

- Copias certificadas de las Escrituras de constitución.
- Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud.
- Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía.

5. Obtener la Resolución de Aprobación de las Escrituras

Trámite.- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

Disposiciones de la Resolución

- Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
- Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
- Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

6.- Obtención de la Patente Municipal.

Documentación.

- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación.
- Copia del Ruc.
- Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
- Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

7. Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Trámite.- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

Documentación:

- Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
- Patente municipal.
- Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
- Publicación del extracto.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes.

8. Elaborar Nombramientos de la Directiva de la Compañía

Trámite.- Una vez inscritas las Escrituras se convoca a reunión a todos los socios y se designa los diferentes cargos a ocupar según la asamblea lo disponga.

Documentación:

- Nombramiento Gerente.
- Nombramiento Presidente.
- Nombramiento del Administrador Financiero.

9. Inscribir Nombramientos en el Registro Mercantil

Trámite.- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

Documentación:

- Acta aprobada por la asamblea de socios, elaborada por un secretario Adocc.
- Copias de cada Nombramiento.
- Copia de las Escrituras de Constitución.
- Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente, Gerente y Administrador Financiero.

10. Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías.

Trámite.- Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

Documentación:

- Formulario RUC 01A (Inscripción y Actualización Registro Único de Contribuyentes RUC Sociedades Sector Privado y Público).
- Formulario RUC 01B (Inscripción y Actualización de los Establecimientos de las Sociedades Sector Privado y Público).
- Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
- Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente, Presidente y Administrador Financiero.
- Copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía.
- Publicación del extracto.

11. Obtener el RUC.

Trámite.- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

Documentación:

- Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de los nombramientos Gerente, Presidente y Administrador Financiero inscritos en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma.
- Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
- Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

12. Retirar la Cuenta de Integración de Capital.

Trámite.- Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado por la apertura la cuenta de Integración de Capital.

Documentación:

- Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados por la apertura la cuenta de Integración de Capital.
- Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.
- Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital,
- Autorización de retiro de capital del banco.

13. Apertura de la Cuenta Bancaria a Nombre de la Compañía.

Trámite.- La Compañía puede abrir una cuenta corriente.

Documentación:

- Solicitud de apertura de cuenta.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
- Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de la compañía.
- Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.
- Solicitud de apertura de la cuenta corriente.

14. Permisos de Funcionamiento para Establecimientos Turísticos.

Las personas naturales o jurídicas para obtener la licencia anual de

funcionamiento deberán presentar en la Oficina de la Dirección Municipal de Turismo la documentación siguiente:

- Solicitud dirigida a la dignidad pertinente, en la Municipalidad Autónoma Descentralizada de Mejía.
- Certificado del Registro del Ministerio.
- Patente Municipal.
- RUC.
- Lista de precios.
- Formulario de la planta.
- Certificado de pago. Licencia del año anterior.
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo.

15. Registro de la Actividad Turística.

Documentación.

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.

- Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad)
- Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

16. Afiliación a la Cámara de Turismo.

Documentación.

- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Copia de la cédula de identidad y papel de votación.
- Llenar la solicitud entregada en CAPTUR (especie valorada).
- 2 fotos tamaño carnet actualizadas.
- Lista de precios o copia de cartas de servicios.

17. Permisos de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Este permiso de funcionamiento nos emitirá el benemérito Cuerpo de Bomberos de la localidad una vez inspeccionado el lugar donde funcionara el negocio.

TIPO C.- Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

18. Permiso de la Intendencia.

La intendencia de policía es la entidad encargada de que el establecimiento sea lícito y corresponda a la actividad a la cual está inscrita.

Requisitos:

- Oficio al Sr Intendente de Policía.
- Para la obtención del permiso la intendencia realizara la inspección necesaria.

19. Permiso de Funcionamiento de la Dirección Provincial de Salud.

El Ministerio de Salud es el ente encargado de vigilar por la salud de todos los habitantes, quien se encarga de conceder el permiso de funcionamiento siempre y cuando cumplan con las disposiciones existentes en el Código de Salud.

Requisitos:

- Original y copia de la cedula de identidad
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del permiso de cuerpo de bomberos.
- Exámenes de sangre y heces de todo el personal de la empresa esto se los debe hacer en el Ministerio de Salud Pública o en la cruz Roja.
- Certificado de capacitación, otorgado por el Dirección Provincial de Salud Pública de Pichincha a través del departamento de vigilancia.
- Acta de inspección otorgado por el inspector de zona.
- Comprar una solicitud (\$1).
- Carpeta con pestaña.
- Una foto del representante legal.
- Certificado de uso de suelo
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original)..
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Certificados de salud empleados

20. Uso de Suelo.

Es importante obtener este permiso de Uso de Suelo ya que con ello podemos comenzar cualquier actividad económica dentro del Cantón, este

permiso comenzara su validez en el momento que la actividad económica comience y tendrá una validez de un año.

Requisitos:

- Informe de Regulación de espacios destinados a una actividad económica (para obtener el correspondiente informe se debe llenar el formulario correspondiente (gratuito) y adjuntar la carta del impuesto predial del año, Cédula de Identidad, Papeleta de votación. Este Informe tiene validez por dos años.
- RUC
- Copias de Cédula de Identidad del peticionario.
- Solicitud dirigida al administrador

21. Certificado de Gestión Ambiental.

Requisitos:

- Copia de cédula de identidad.
- Copia de papeleta de votación.
- Informe de regulación de uso de suelo.
- Copia del certificado del Informe técnico 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,

- Registro (el formulario es gratuito y lo entregan en la administración correspondiente) y se entrega en la misma con los datos solicitados.
- Posteriormente se emite el certificado ambiental.
- Para otorgar el certificado ambiental se realizará una Inspección al establecimiento por parte de la Dirección de Ambiente del Municipio, en el caso de bares se realizará por la noche para verificar la emisión de ruido

22. 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.

Requisitos:

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

23. Categorización

De acuerdo a la Ley de Turismo Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002, otorgada por el Ministerio de Turismo (MINTUR), en el capítulo V de las categorías, especifica en el Art. 19.- El Ministerio de Turismo

establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría, esta categorización lo determinara el ministerio de turismo después de un estudio minucioso del negocio.

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

El restaurante es un establecimiento que presta servicio de alimentación, en este caso comida típica, teniendo los siguientes derechos, deberes y obligaciones legales.

TABLA Nº 48. Derechos, Deberes y Obligaciones legales de la empresa.

DERECHOS	DEBERES	OBLIGACIONES.
Ejercer libremente la actividad.	Afiliación al IESS	Pago de todos los tributos adquiridos al momento de iniciar la actividad económica.
Derecho a la protección de la competencia desleal.	Afiliación a la Cámara de Turismo.	Renovación anual de todos los permisos de funcionamiento , Bomberos, intendencia, salud,
Beneficios del IESS	Proporcionar la información requerida por la administración turística	Pago de beneficios sociales
Derecho a subvenciones gubernamentales.	Poner en conocimiento del público los precios.	Pago de patentes.
Estar incluidos en los catastros turísticos (catálogos, directorios, guías y sistemas informáticos.)	Mantener las instalaciones en correcto funcionamiento.	Renovación anual de uso de suelo.
	Informar de alguna modificación a las entidades correspondientes.	Renovación de funcionamiento en el ministerio de turismo.
	Cumplir con las obligaciones del SRI	Presentar: <ul style="list-style-type: none"> • ATS. • Formulario 104 IVA y 103 Retenciones Fuente del Impuesto a pagar. • Formulario 102 Impuesto a la renta. • Anexo de Relación de Dependencia.
	Llevar contabilidad conforme a la ley de Compañías	
	Prestar los servicios que inicialmente se acordó.	
	Cumplir con las normas reglamentarias del Medio Ambiente	

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iv. Gastos De Constitución.

Son gastos obligatorios en los que se incurre para formar la empresa, estos gastos son de tipo jurídico, como escrituras notariales, registros mercantiles, impuestos etc.

TABLA Nº 49. Gastos de Constitución.

CONCEPTO	COSTO
Constitución	\$ 300
Honorarios Profesionales	\$ 300
Pagos de Impuestos Fiscales y Municipales.	\$ 200
Viáticos.	\$ 200
TOTAL	\$ 1.000

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

c. ESTRATEGIAS DE MARKETING.

i. Producto.

Está destinado este proyecto a la venta de un bien/servicio, como es la elaboración de platos típicos de nuestra serranía Ecuatoriana.

GRÁFICO Nº 20. Logotipo Del Restaurante



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Diseñado por: Ingeniería & ARTE Cía. Ltda.

Descripción de los colores elegidos para el Logotipo.

- **Rojo (Franja Exterior).** Estimula el metabolismo, incrementa el índice de respiración, transpiración y apetito además aumenta la presión sanguínea. El rojo es un color fuertemente masculino.
- **Azul (Letras).** Buena fortuna, comunicación
- **Amarillo (Contorno de la construcción).** Estimula la actividad mental, genera energía muscular y atrae la atención, es el color más visible para el ojo humano. El amarillo fuerte se puede usar para promover la comida especialmente en combinación con otra fruta y vegetales
- **Naranja (La construcción).** En los restaurantes, el naranja es un estimulante del apetito, la decoración naranja refuerza las ventas.
- **Blanco (Fondo, La Decoración Del Caballo Y Del Toro).** El blanco es un excelente color para los fondos porque abrillanta los demás colores, significa seguridad, pureza y limpieza.
- **Plata (Cubiertos).** Glamoroso, distinguido, de alta tecnología, el plata trabaja bien combinándolo con oro y blanco para promover control y poder.

Slogan Del Restaurante.

AVENTURA Y SABOR A TU ALCANCE

1. Atributos del Producto

En este punto se distinguen los atributos tangibles e intangibles que tiene la comida típica de la serranía Ecuatoriana la misma que es ofertada en el restaurante esto a su vez manifiestan la personalidad y sus características, las cuales se tiene en cuenta al momento de su comercialización.

Atributos Físicos:

- Composición, cualidades organolépticas y en definitiva todas aquellas perceptibles por los sentidos.

Atributos Funcionales:

(Los atributos físicos también pueden ser funcionales)

- Color, sabor, olor
- Surtido
- Tamaño
- El diseño

Atributos Psicológicos:

- La calidad
- La Marca

2. Calidad de los Productos

Calidad:

- Los platos se prepararán en un área de producción adecuadamente equipada, con zonas de trabajo reguladas térmicamente, y distribuidas apropiadamente para una mejor elaboración.
- Cada plato será elaborado, manteniendo las normas de seguridad alimentaria existente en el Codex Alimentarius; brindando de esta manera a los clientes inocuos para el consumo humano.
- Condiciones organolépticas adecuadas, preparando los platos con materia prima cuidadosamente seleccionada.
- Debido a la humedad del clima, se realizará controles diarios de superficies, bodegas, estanterías, utensilios en general, de la materia prima y su manejo, también control de los niveles de cloro de en el agua, se realizará limpieza periódica de las instalaciones en general, desinfección, desinsectación, para evitar enfermedades transmitidas por alimentos, manipulación o por el medio.

3. Características del Producto

TABLA Nº 50. Características y Atributos del Producto

Atributos.	Beneficios.
Materia prima de calidad	Inocuidad de los productos
Servicio	Conformidad del cliente
Infraestructura	Comodidad
Decoración	Atención del cliente

Espacio del salón	Ambiente de primera
-------------------	---------------------

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

En nuestro establecimiento damos a conocer que el producto a preparar es de buena calidad, certificado por los proveedores de confianza a cuales les adquirimos todos los productos para la preparación de los alimentos y así el cliente puede estar satisfecho con lo que brindamos en el restaurante, El cliente puede disfrutar de un ambiente de contacto con la naturaleza, que no va a encontrar fácilmente en otro restaurante de la ciudad.

4. Diseño del Producto

Se puede aumentar la singularidad del producto mediante el proceso de diseño. Para captar mayor atención y provocar mayores ventas. Un buen diseño favorece a la utilidad de un producto tanto como a su aspecto, por esto se considera muy importante, la apariencia, su textura, sus colores. Con esto se puede captar la atención de los turistas, mejorar el producto, disminuir los costos de producción, y obteniendo gran ventaja dentro del mercado. El diseño estará presente también en la atención al cliente.

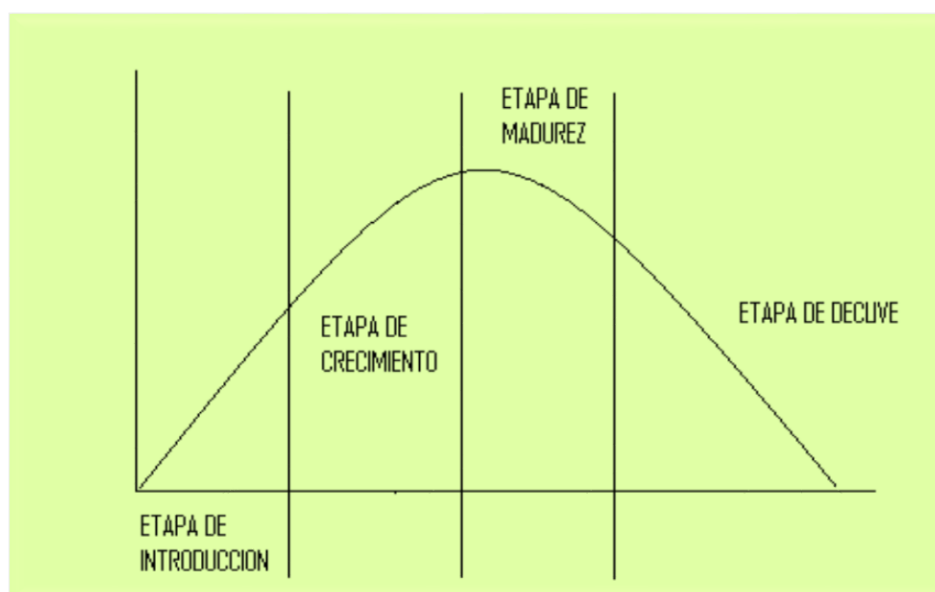
5. Ciclo de Vida del Producto

El ciclo de vida nos muestra el curso que siguen las ventas y las utilidades del producto, durante el tiempo que dura su vida.

Nuestra empresa está en una Etapa de introducción donde empieza dando a conocer su nombre y su servicio al mercado, ya que el cliente es muy exigente para satisfacer sus necesidades; por lo que aceptación del público y esmero del personal, se espera entra a una etapa donde estaremos a nivel de los demás restaurantes de la ciudad, llegando de esta manera a la etapa de crecimiento y así esperar llegar a una etapa de madurez, con la finalidad de ser un restaurante de calidad y excelencia. Manteniéndonos en constante renovación para no caer en la rutina.

Para conseguir un lugar en el mercado de nuestro cantón realizaremos una gran acción de promociones, de eventos, y publicidad que se transmitirá por los diferentes medios de comunicación local.

GRÁFICO Nº 21. Ciclo De Vida Del Producto / Empresa



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ii. Precio.

Los factores que se midieron para la fijación del precio son:

- El mercado al que está dirigido es libre.
- El tipo de clientes a quienes está dirigido el paradero es de clase media alta y alta, en relación a la demanda insatisfecha.
- Al determinar el precio se tiene como meta que los clientes estén satisfechos, tanto por los productos, los servicios y el precio de los platos.

Costos:

Al hablar de costos fijamos el precio del plato para asegurar los márgenes de utilidad.

- Los precios se calcularon en base a costos fijos y variables sustentados en la receta estándar y calculada según los elementos del costo de la competencia.
- Se calculó cantidades precisas de materia prima a utilizarse en cada plato
- En la mayoría de productos se realizará compras al por mayor para bajar los costos de producción.

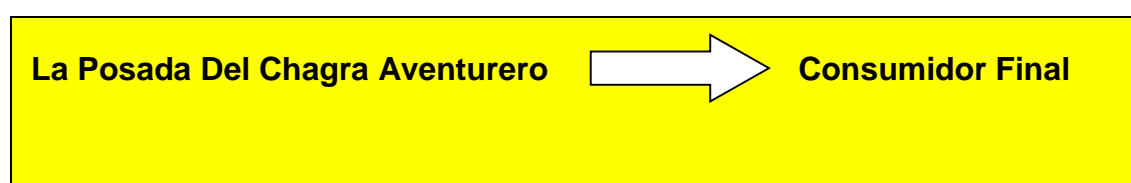
Forma de pago:

Para prestar un mejor servicio y facilitar su plan de pago, se cobrará en efectivo, cheque y todas las tarjetas de crédito.

iii. **Distribución y Comercialización.**

Estamos identificados con el canal corto o directo porque nuestra empresa adquiere la materia prima y la transforma, y el producto es vendido directamente al consumidor final y así mismo la atención se lo realiza personal y directamente con el cliente.

GRÁFICO Nº 22. Comercialización Del Producto



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iv. **Plan de comunicación.**

Luego de haber establecido la demografía, realizar el estudio de mercado, de los turistas que acuden al sector, como lo es el sexo, la edad, el lugar de residencia, sus preferencias y establecer el impacto ambiental que trae consigo la ejecución del proyecto, se tiene una visión más clara de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, y que serán nuestros potenciales clientes, por lo que podemos definir un plan de comunicación para conquistar sus expectativas y creando constancia en sus visitas.

Para un éxito en el plan de comunicación utilizamos los métodos más eficientes y que no incurrirán en gastos excesivos como:

Publicidad

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo, en este caso de los platos típicos ofertados en el restaurante, a través de los medios de comunicación.

Como objetivo primordial es el de informar al consumidor sobre los beneficios ofertados, resaltando sus atractivos naturales de la zona y la calidad de servicio ofertado.

Por medio de la publicidad se busca inclinar la balanza motivacional del cliente hacia nuestro producto, de manera que la probabilidad de que el servicio anunciado sea adquirido por el futuro cliente, se haga más alta gracias al anuncio.

Se dará conocer el servicio ofertado por medio de las siguientes estrategias:

- La utilización de medios impresos como lo son los volantes, se utilizará para invitar a visitar nuestras instalaciones Formato A4. Ver Anexos II.
- Se distribuirá afiches, en la oficina del Ministerio de Turismo Agencia Machachi.
- Se promocionará en la página web de los emprendedores del Cantón.
- Se realizará menciones en la radio JM. De la localidad
- Se publicará un anuncio en uno de los principales diarios del país.
- Se creara una página web del Restaurante y redes sociales.

Promoción de Ventas.

Los incentivos a corto plazo para realizar la promoción de ventas que se utilizará son:

- Se entregará cupones de descuentos, que se podrá utilizar en los próximos consumos, los mismos que sobrepasen una base impuesta por el administrador.
- Se realizará descuentos válidos por tiempo limitado.
- Se publicará en internet, promociones y descuentos especiales, por su visita entre semana.

Ventas Personales

Por medio de una venta personal eficiente, trataremos de llenar las expectativas del cliente logrando el proceso de compra efectiva,

- El personal administrativo, será encargado de tomar en cuenta los requerimientos de los clientes en el transcurso de su visita.
- El mesero quien es la primera línea de acción, será el encargado de brindar al cliente una atención personalizada, proporcionándole confianza, desde su entrada al paradero hasta su salida.

Relaciones Públicas

Se tiene como principal objetivo fortalecer los vínculos con los clientes, proveedores, empleados; escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos al consumo y así lograr, fidelidad, cooperación y entusiasmo de los mismos en el presente y futuro, cuidando de esta manera la imagen del restaurante en todos sus campos de acción.

v. Estrategias de Mercado.

La estrategia a utilizar, está orientada a varios segmentos de la sociedad, en donde se identifica como mercados meta, a los clientes de clase, media alta y alta, planificando estrategias según el segmento del mercado elegido.

Se creará promociones especiales para cada segmento. Regularmente estrategias de promociones que favorezcan a un mayor volumen de ventas.

vi. Competencia.

1.- Identificación de las empresas competidoras

En la zona del cantón Mejía, existían varias empresas de turismo que se dedican al sector gastronómico activo, las mismas que son:

TABLA Nº 51. Competencia Directa.

TIPO DE ACTIVIDAD	COMPETIDOR	DIRECCIÓN.
Hostería	Sierra Loma Lodge	Aloasi, Faldas del volcán Corazón.
Restaurante	El Café de la Vaca	Panamericana Sur Km 41. Machachi.
Reserva Ecológica.	La Hesperia	Km. 58 Vía Aloag Santo Domingo.
Hostería.	Hostería Chiguac	Calle los Caras 035 y Cristóbal Colon
Hostería	Hualilagua de Jijón.	Panamericana Sur Km.35

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Como se puede observar en la mayor parte de establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos lo que más sobresale son las hosterías, las mismas que son de exclusividad para personas de clase muy alta debido a los precios que manejan, por lo que se determina que la competencia en la prestación de servicios alimenticios es muy poca y eso permitirá que se tenga una acogida favorable en el Cantón.

2.- Diferencias Respecto a los Productos y/o Servicios de la Competencia.

En el caso de las empresas que se dedican a expender servicios alimenticios dentro de la ciudad estas no cuentan con una preparación profesional por lo que les hace muy vulnerables a cualquier competencia profesional, también las diferencia básicamente se contempla los contenidos o actividades y al posicionamiento de la empresa. Los restaurantes existentes en la zona ofertan únicamente comida extranjera. Además, están orientadas fundamentalmente a grupos pasajeros y residentes en la zona mas no a los extranjeros que visitan el

parque Nacional Cotopaxi, con lo cual no suponen una competencia real para la empresa.

Con esta información se puede resaltar que la competencia que se tiene por el momento no es directa, y es muy fácil manejarla con un criterio profesional aplicando los conocimientos adquiridos en las aulas.

3.- Ventajas competitivas:

- Nueva presentación en todos los productos a diferencia de la competencia. Diseño especial y personalizado.
- Todo miembro de trabajo del establecimiento llevará su uniforme respectivo; el mesero pantalón negro, camisa blanca chaleco negro y lazo negro; el cajero pantalón negro camisa blanca y chaleco azul con lazo negro.
- Decoración rústica.
- Buzón de comentarios, quejas y sugerencias.
- Para las fechas especiales todo debe ser bebidamente planificado.

Tomando en cuenta todo esto se tiene como estrategia fundamental el "BENCHMARKING", imitar, igualar y superar a la competencia, se deberá conocer las debilidades de la competencia; el fin esperado de la empresa es superar a la competencia para así llegar a la excelencia y ser líderes, conquistando a los futuros clientes para que ellos sean la publicidad y pasen la voz a sus amigos, conocidos etc.

Análisis FODA

TABLA N° 52. Análisis FODA

<p>DIAGNOSTICO INTERNO</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>Calidad del producto que se va a utilizar. Servicio personalizado para el consumidor final. Calidad, capacidad y capacitación del personal. Equipos y utensilios que se va a utilizar para la preparación de nuestros productos. Estrategias de venta y apertura para nuestro local. Manejo de proveedores Su localización es estratégica</p>	<p>DEBILIDADES.</p> <p>Creación Inestabilidad del personal. Incapacidad del personal. Medios publicitarios. Gastos excesivos en cosas innecesarias. Mala actitud con los clientes por parte de nuestros empleados.</p>
<p>DIAGNÓSTICO EXTERNO</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>La competencia directa de los alrededores. La ubicación geográfica en la que se encuentra ubicada. Buen mercado, gracias la demanda que existe. Promociones e inversiones.</p>	<p>AMENAZAS.</p> <p>Fenómenos naturales Incendios Paralizaciones Expuesto a robos Inflación Falta de remodelación.</p>
<p>SOLUCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contratar personal con experiencia. • Controlar los gastos. • No caer en la rutina • Capacitar al personal constantemente. • Adelantarnos a la competencia. • Tener proveedores que tengan productos de calidad. 		

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

4.- Misión y Visión de la Empresa:

MISION:

“Ofrecer un servicio de calidad con atención directa y personalizada a nuestro cliente, usuario y consumidor utilizando equipos humanos, tecnológicos y competitivos logrando así satisfacer sus necesidades”

VISION:

Constituirnos como el más exitoso restaurante del Cantón, Lograr una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes.

d. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.

i. Determinación del talento humano.

La determinación del talento humano es muy importante ya que desde el inicio de las actividades es fundamental determinar el número de empleados que se precisa, luego analizar si es necesario contratar nuevo personal o bien para amortizar algunos puestos de trabajo si la actividad disminuye.

Es muy cierto que un exceso de mano de obra significa un aumento en los costos, pero una falta de mano de obra también puede implicar el incumplimiento de la producción planificada, es por ello que debemos definir las tareas y el número de horas que se invierte en todas las actividades planteadas; posteriormente es preciso conocer el perfil de la persona a contratar.

Luego de las respectivas decisiones que se ha elegido dentro de la Sociedad, debemos enmarcarnos a distribuir las diferentes obligaciones del empleado, dando a conocer si fuese el caso las tareas designadas a cada empleado siendo posible que una sola persona deba efectuar un cierto número de determinadas tareas, y por esto es necesario que su desempeño sea objeto de una detallada

descripción por escrito, asegurando de esta manera que el puesto de trabajo esté bien definido en cuanto a su verdadera relevancia y desarrollo, destacando en la descripción las tareas reales.

Para la ejecución del proyecto se requiere del siguiente personal:

- Gerente Administrativo
- Cocinero.
- Ayudante de Cocina
- Mesero

ii. Descripción de los puestos de trabajo.

Definido el personal colaborador, es preciso describir de la forma individualizada los puestos antes fijados, identificando, analizando y describiendo las funciones, responsabilidades, y atribuciones de cada puesto.


A continuación se describe cada una de los cargos utilizando en el restaurante, los mismos que se describen en las siguientes fichas técnicas

TABLA Nº 53. Descripción del Puesto del Gerente Administrativo.

		
Dirección:		
RUC:		
Ficha Técnica del personal.		
Código: 001	Salario:	
Cargo: Administrador Financiero.	Mensual: \$ 500	
Categoría: Gerencia.	Anual: \$ 6000	
Departamento del que depende: Ninguno.		
Jerarquía: Superior		
<u>Funciones:</u>	<u>Responsabilidades</u>	<u>Atribuciones</u>
Representar legalmente al restaurante.	Toma de decisiones	Asignación de tareas.
Planificar, organizar, dirigir y controlar el desarrollo de las actividades	Control de calidad.	Control al personal.
	Inducción del personal contratado.	delegar funciones al personal
Analizar mensualmente la situación contable y financiera de la empresa.	Reunión con los proveedores frecuentemente.	Encuestar a los clientes acerca del servicio
	Dar a conocer a los socios el crecimiento de la empresa	
Contratar al personal.	Mantener una empatía grupal. Desarrollar técnicas promocionales de la empresa.	
Establecer Horarios, días de descanso y vacaciones		
Coordinar la reposición anual del menaje y vajilla etc.	Intensificar la promoción de ventas de los	
	Productos ofertados.	
Control y análisis de ventas.		
Planificación actividades diarias.		
Control y dirección de la producción.		
Dirigir y participar en el servicio cuando este lo requiera		

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 54. Descripción del Puesto del Cocinero.

		
Dirección:		
RUC:		
Fono. N.-		
FICHA TÉCNICA DEL PERSONAL.		
Código: 002	Salario:	
Cargo: Cocinero	Mensual: \$ 400	
Categoría: Área operativa.	Anual: \$ 4800	
Departamento del que depende: Gerencia Administrativa.		
Jerarquía: Depende del Gerente Administrativo.		
<u>Funciones:</u>	<u>Responsabilidades</u>	<u>Atribuciones</u>
Elaboración y control diario de las recetas estándar.	Realizar el Mise en Place.	Controlar el trabajo de sus compañeros
Requisiciones diarias de la materia prima.	Preparar los alimentos.	Informar sobre cualquier eventualidad a Gerencia
Dirigir al ayudante de cocina.	Asegurarse que la materia prima este en	Controlar la calidad del producto.
Controlar el correcto funcionamiento de los equipos de cocina.	óptimas condiciones	Informar el desempeño de sus compañeros

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 55. Descripción del Puesto del Ayudante de Cocina

		
Dirección:		
RUC:		
Fono. N.-		
FICHA TÉCNICA DEL PERSONAL.		
Código: 003	Salario:	
Cargo: Ayudante de Cocina	Mensual: \$ 300	
Categoría: Área Operativa	Anual: \$ 3600	
Departamento del que depende: Alimentos Y bebidas.		
Jerarquía: Depende del cocinero principal.		
Funciones:	Responsabilidades	Atribuciones
Proporcionar los elementos necesarios que el cocinero requiera para elaborar el producto requerido por el cliente	Asistir al cocinero en la preparación. Mantener el área de trabajo ordenada y a punto para trabajar sin contratiempos	Informar al cocinero principal sobre algún desperfecto o pérdida de utensilios.
	Participar en el servicio si se lo requiere.	
	Limpiar conjuntamente con los compañeros de trabajo el menaje y vajilla.	

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 56. Descripción del Puesto del Mesero.

		
Dirección:		
RUC:		
Fono. N.-		
FICHA TÉCNICA DEL PERSONAL.		
Código: 004	Salario:	
Cargo: Mesero.	Mensual: \$ 250	
Categoría: Área Operativa.	Anual: \$ 3000	
Departamento del que depende: Alimentos y Bebidas		
Jerarquía: Depende del cocinero principal.		
<u>Funciones:</u>	<u>Responsabilidades</u>	<u>Atribuciones</u>
Correcto manejo de los pedidos.	Mantener limpio el salón.	Informar sobre las novedades que se presenten al momento del servicio.
Toma y reposición de los pedidos.	Controlar la limpieza de los utensilios de servicio.	Adecuar el salón para fechas importantes conjuntamente con la gerencia.
Servicio personalizado al cliente.	Tener todo el salón adecuado y listo para el servicio.	
Recibir al cliente y dirigirle a su respectiva mesa		
Ofrecerle la cartea de servicio.		

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iii. Perfil de los trabajadores.

Para la contratación de los diferentes puestos de trabajo se manejará una selección objetiva según detalla a continuación.

TABLA N° 57. Perfil del Gerente Administrativo.

GERENTE ADMINISTRATIVO.		
Cargo:	Perfil Requerido:	Requisitos:
Gerente Administrativo.	Título de Tercer Nivel en Administración Gastronómica o carreras afines.	<ul style="list-style-type: none">• Sexo indistinto.• Edad de 24 a 35• Estado civil no dispensable• Conocimiento del cargo• Experiencia comprobada mínimo 2 años.• Creatividad• Facilidad de interrelación personal• Capacidad de atención al cliente• Capacidad de organización• Liderazgo y participación.• Capacidad de innovación• Constancia• Actitud para conocer al cliente.• Actitud para colaborar.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 58. Perfil del Cocinero.

COCINERO.		
Cargo:	Perfil Requerido:	Requisitos:
Chef Principal.	Título de Tercer Nivel en Gastronomía o tecnología en A y B.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexo indistinto. • Edad de 24 a 35 • Estado civil no indispensable. • Conocimiento del cargo • Experiencia comprobada mínimo 1 año. • Creatividad • Facilidad de interrelación personal • Capacidad de atención al cliente • Capacidad de organización • Liderazgo y participación. • Capacidad de innovación • Constancia • Actitud para trabajar en equipo • Actitud para colaborar.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 59. Ayudante de Cocina.

AYUDANTE DE COCINA.		
Cargo:	Perfil Requerido:	Requisitos:
Ayudante De Cocina.	Técnico en Gastronomía.	<ul style="list-style-type: none">• Sexo indistinto.• Edad de 20 a 40• Estado civil no indispensable.• Conocimiento del cargo• Experiencia comprobada mínimo 1 año.• Creatividad• Facilidad de interrelación personal• Capacidad de atención al cliente• Capacidad de innovación• Constancia• Actitud para trabajar en equipo• Actitud para colaborar.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 60. Mesero.

MESERO.		
Cargo:	Perfil Requerido:	Requisitos:
Mesero	Técnico en Hotelería, carreras afines.	<ul style="list-style-type: none"> • Sexo indistinto. • Edad de 20 a 40 • Estado civil no indispensable. • Conocimiento del cargo • Experiencia comprobada mínimo 1 año. • Creatividad • Facilidad de interrelación personal • Capacidad de atención al cliente • Capacidad de innovación • Constancia • Actitud para trabajar en equipo • Actitud para colaborar.

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

iv. Costos salariales.

Se registra los costos salariales del mes laboral actualizado a la presente fecha por el Ministerio de Relaciones Laborales.

TABLA Nº 61. Rol de Pagos

**RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO"
ROL DE PAGOS
CORRESPONDIENTE AL MES DE ENERO DEL 2013
EXPRESADO EN DÓLARES**

N	CARGO	INGRESOS		TOTAL	EGRESOS	TOTAL	LIQUIDO
		SUELDO	COMISION	INGRESOS	9,35% IESS	EGRESOS	A RECIBIR
1	Sueldo Gerente	500,00		500,00	46,75	46,75	453,25
	TOTAL	500,00		500,00	46,75	46,75	453,25
2	Sueldo cocinero	400,00		400,00	37,40	37,40	362,60
3	Sueldo ayudante cocina	300,00		300,00	28,05	28,05	271,95
4	Sueldo mesero	250,00	50,00	300,00	28,05	28,05	271,95
	TOTAL	950,00	50,00	1.000,00	93,50	93,50	906,50
	TOTALES(N 1,2,3,4)			1.500,00	140,25	140,25	1.359,75

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 62. Rol de Provisiones

**RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO"
ROL DE PROVISIONES
CORRESPONDIENTE AL MES DE ENERO DEL 2013**

N	CARGO	SUELDO	COMIS.	TOTAL SUELDO	BENEFICIO SOCIALES						TOTAL
					XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO RESERVA	APORTE PATR. 11,15%	IECE 0,50%	SECAP 0,50%	A PAGAR
1	Sueldo Gerente	500,00		500,00	41,67	24,17	41,67	55,75	2,50	2,50	668,25
	TOTAL	500,00		500,00	41,67	24,17	41,67	55,75	2,50	2,50	668,25
2	Sueldo cocinero	400,00		400,00	33,33	24,17	33,33	44,60	2,00	2,00	539,44
3	Ayudante de Cocina	300,00		300,00	25,00	24,17	25,00	33,45	1,50	1,50	410,62
4	Sueldo mesero	250,00	50,00	300,00	25,00	24,17	25,00	33,45	1,50	1,50	410,62
	TOTAL	950,00	50,00	1.000,00	83,33	72,51	83,33	111,50	5,00	5,00	1.360,68

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

v. Organización de la empresa.

Básicamente se trata de determinar qué recursos y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos, luego la combinamos en la estructura departamental de la empresa y la asignación de responsabilidades conjuntamente con la autoridad correspondiente a cada puesto.

Propósito de la Organización:

- Representar la estructura oficial de la empresa.
- Establecer canales de comunicación.
- Especificar los rangos de subordinación existentes en la empresa.
- Dividir la carga de trabajo, en tareas que puedan ser ejecutadas, de forma lógica y cómoda.
- Combinar las tareas en forma lógica y eficiente, la agrupación de empleados.
- Permitir la consecución de los objetivos primordiales de la empresa lo más eficientemente y con un mínimo esfuerzo.
- División del trabajo: se refiere a descomponer una tarea compleja en sus componentes, de tal manera que las personas sean responsable de una serie limitada de actividades, en lugar de tareas en general.
- Desarrollar los objetivos de superación empresarial, para lograr réditos económicos y provechosos para la empresa.

vi. Programa operativo.

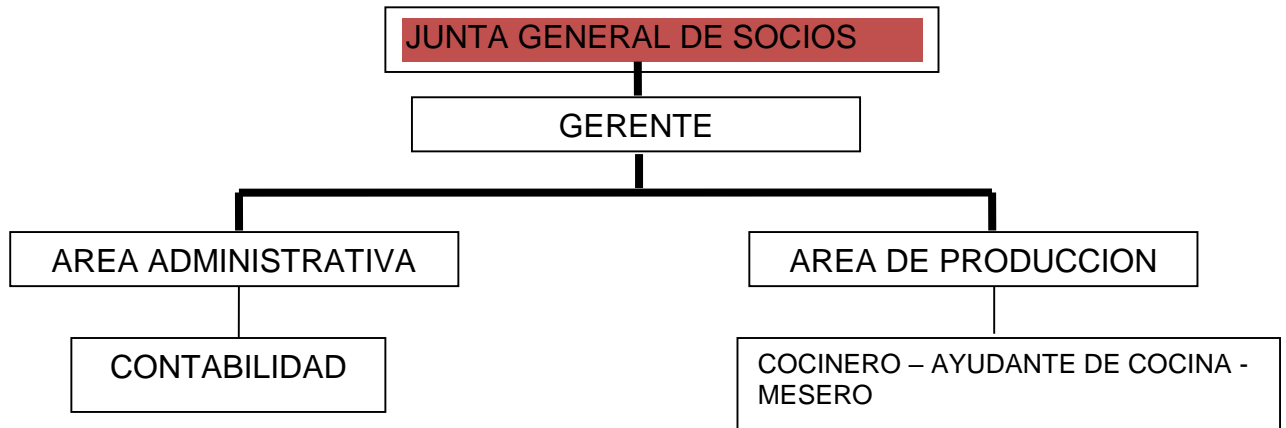
TABLA Nº 63. Programa Operativo

RESTAURANTE LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO Cía. Ltda.		PROGRAMA OPERATIVO		MES ENERO	
		INICIO DE ACTIVIDADES			
ACTIVIDAD	HERRAMIENTA	RESP.	FREC.	FECHA DE INICIO	OBS.
Reclutamiento y selección del personal	Anuncio publicitario y entrevistas personales	Junta General de Socios	Un vez	A determinar	
Capacitación del personal contratado	Charlas en Power Point.	Gerente general	Una vez	A determinar	
Inducción del personal	Demostraciones prácticas del trabajo asignado	Gerente general	Una vez	A determinar	
Adquisición de materia prima	Realizar proformas de varios proveedores	Gerente y cocinero	Dos veces por mes	A determinar	
Pre-inauguración del Restaurante	Degustaciones del producto a ofrecer.	Cocinero y ayudante de cocina	Una vez	A determinar	
Publicidad y propaganda	Cuñas publicitarias en los principales medios de comunicación locales.	Gerente general	Diez veces por mes	A determinar	
Inauguración del restaurante	Invitación restaurante al público en general	Gerente general	Una vez	A determinar	
Limpieza profunda semanal	Útiles de aseo y limpieza	Cocinero , ayudante de cocina y mesero	Una vez por semana	A determinar	
Reunión cada fin de mes	Conversatorio y elaboración de actas	Junta general de socios	Una vez por mes	A determinar	

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

vii. Organigrama empresarial.

GRÁFICO N° 23. Organigrama Estructural del Restaurante La Posada Del Chagra Aventurero.



ELAB.	APROB.	FECHA	REFERENCIA
E.P.	G. G.	1/12/2012	<u>LINEAL</u> _____ FUNCIONAL STAFF

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

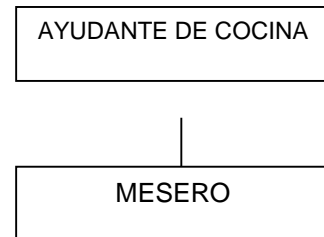
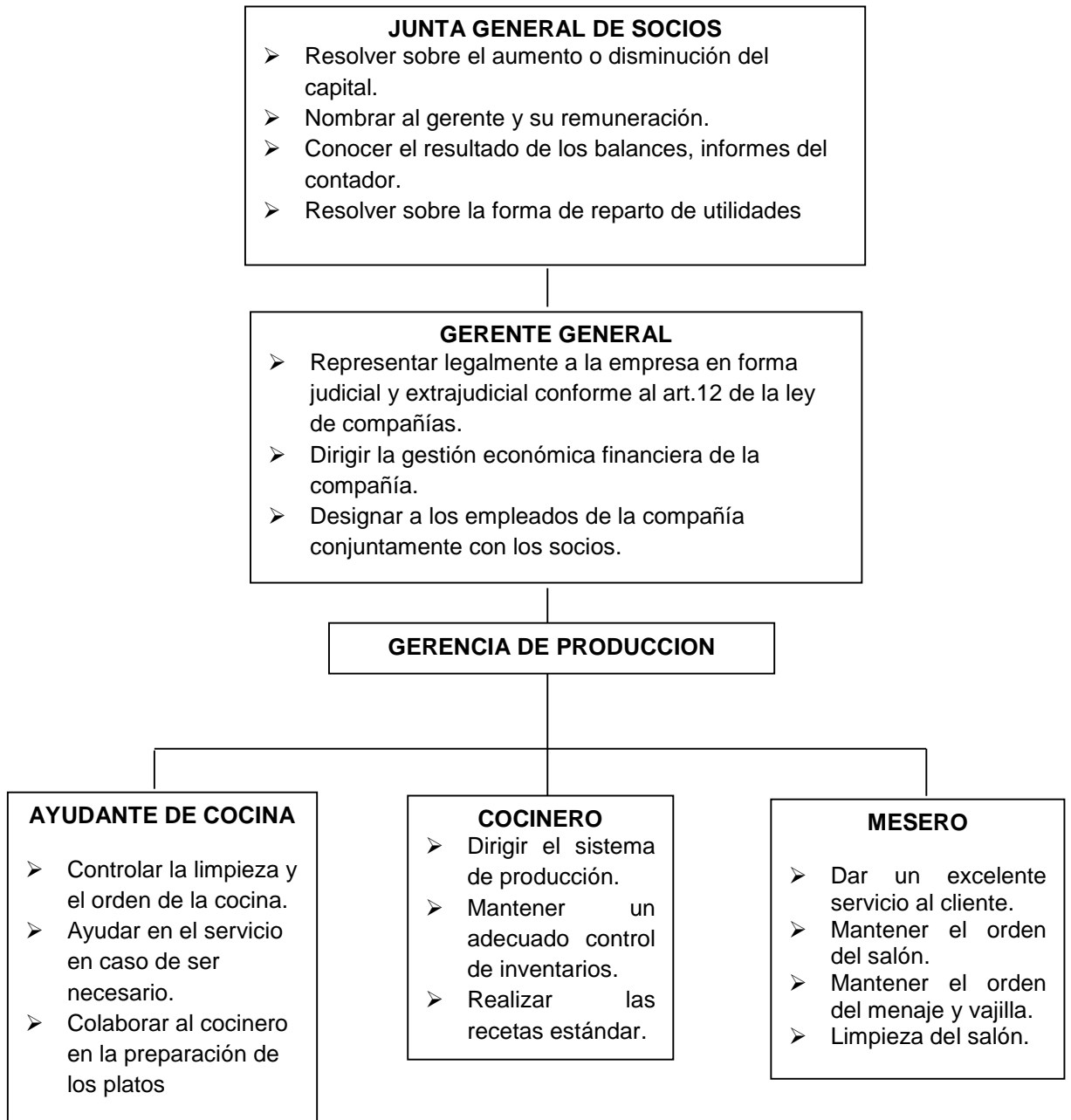


GRÁFICO Nº 24. Organigrama Funcional



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

viii. Selección y Contratación del Talento Humano

Reclutamiento Del Personal

El reclutamiento es un conjunto de técnicas y procedimientos orientados atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización. En esencia, es un sistema de información mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretende llenar. Para ser eficaz, el reclutamiento debe atraer suficiente cantidad de candidatos para abastecer de modo adecuado el proceso de selección. Además el reclutamiento también debe suministrar la selección de candidatos) para en funcionamiento de la organización.

Su objetivo inmediato es atraer candidatos de entre los cuales se seleccionará los futuros integrantes de la organización.

El Reclutamiento de Personal es un proceso que permite identificar e interesar a candidatos capacitados para llenar una vacante; éste proceso se inicia con la búsqueda de candidatos potencialmente calificados y termina cuando se reciben las solicitudes de empleo.

Descripción Del Proceso De Reclutamiento

A continuación se describe el proceso que se debe seguir para reclutar el personal:

- Se inicia con la necesidad de requerir un empleado para que ocupe la vacante

que está disponible en la organización; este cargo puede existir por despido, renuncia, transferencia, creación de un cargo.

- El personal que se necesita se encuentra a través de los fuentes internas y externas de reclutamiento y técnicas de reclutamiento, Las fuentes de reclutamiento son las áreas del mercado de recursos humanos, entonces, al personal lo encontraremos en la fuente de reclutamiento interno, es decir en la misma empresa o en la fuente de reclutamiento externo, es decir, fuera de la empresa como en las universidades, personas desempleadas, en otras empresa.
- Si se elige al personal a través de la fuente de reclutamiento interno se busca su expediente para ver en qué estado se encuentra.
- Si se elige al personal a través de la fuente de reclutamiento externo se revisara las políticas del personal establecidas en la empresa, se chequea las referencias personales, académicas y laborales.
- Se llama a todos los aspirantes para entrevistas de preselección.
- Se realizan pruebas a los aspirantes, luego una verificación preliminar de las calificaciones esenciales de los candidatos.
- Se realiza una reunión de socios para determinar las mejores actitudes y

aptitudes de los aspirantes a ocupar el cargo disponible.

- Luego pasamos a la selección que a continuación se describe.

Selección Del Personal

La tarea básica de la selección es escoger entre los candidatos reclutados aquellos que tengan mayores probabilidades de adaptarse al cargo ofrecido y desempeñarlo bien. El objetivo básico de la selección es escoger y clasificar los candidatos más adecuados a las necesidades de la organización.

El punto de partida de todo proceso se fundamenta en los datos y la información que se tenga respecto del cargo que va a ser ocupado. En términos, la selección configura un proceso de comparación y decisión

La elección de la persona adecuada para un puesto adecuado y un costo adecuado que permita la realización del trabajador en el desempeño de su puesto y el desarrollo de sus habilidades y su potencial, a fin de hacerlo más satisfactorio asimismo y a la comunidad en que se desenvuelve para contribuir, de esta manera, a los propósitos de organización.

Proceso De Selección

El proceso de selección consiste en una serie de fases iniciales que deben ser claramente definidas y debe realizarse de la siguiente forma específica:

- Detección y análisis de necesidades de selección. Requerimiento.
- Descripción y análisis de la posición a cubrir. Definición del perfil.

- Definición del método de reclutamiento.
- Concertación de entrevistas.
- Entrevistas más técnicas de selección.
- Elaboración de informes.
- Entrevista final.

Descripción Del Proceso De Selección Del Personal

Para seleccionar al personal del Restaurante La Posada del Chagra Aventurero se describe el siguiente procedimiento:

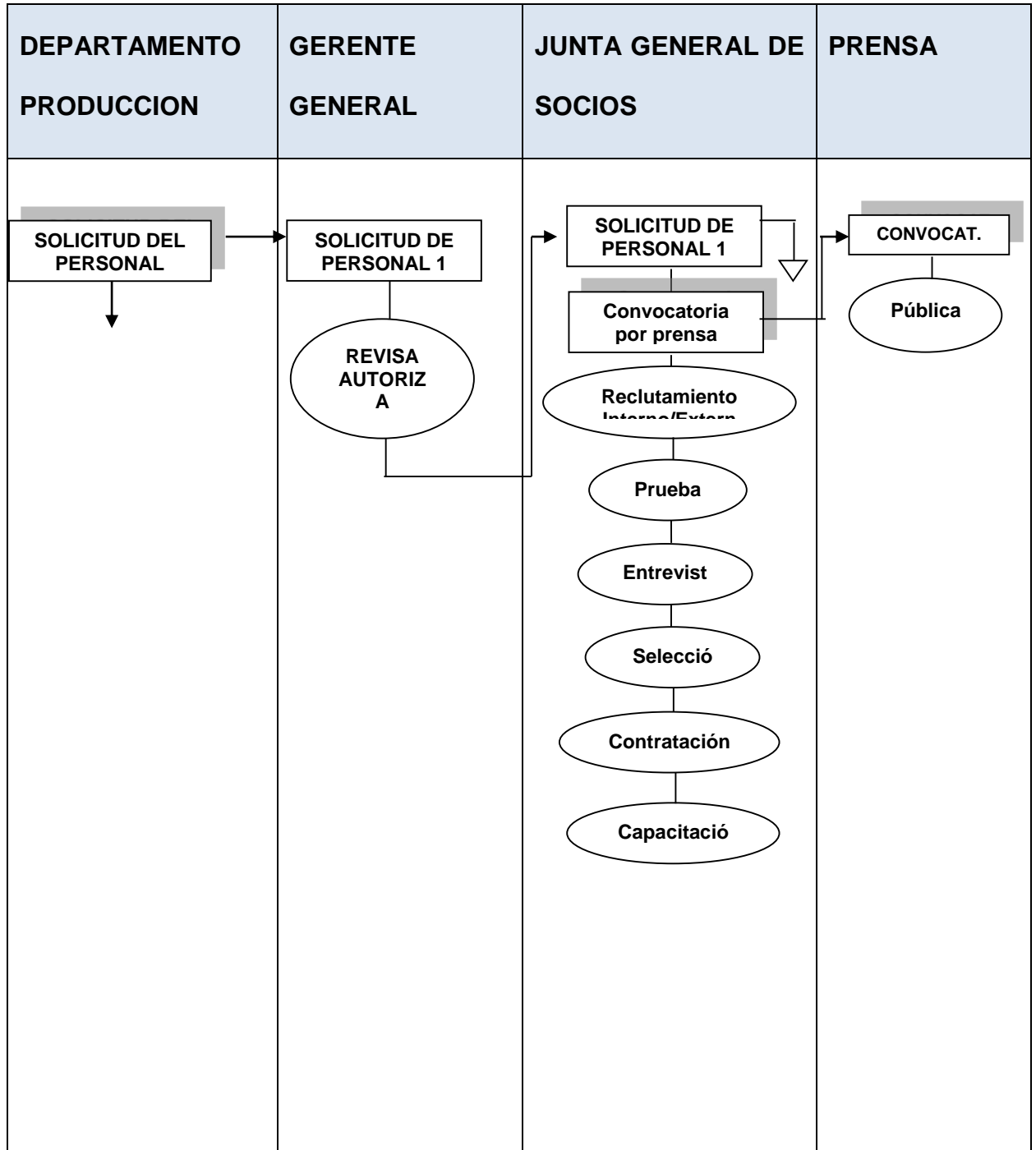
- Recepción preliminar de solicitudes, aquí comienza el proceso inicial de la selección del personal.
- Se realizan pruebas al personal para saber si son idóneos para ocupar el cargo esto ayudara a evaluar la compatibilidad entre los candidatos y los requerimientos del puesto.
- Luego se hace una entrevista inicial o preliminar, esto consiste en detectar en forma global y en el menor tiempo posible, los aspectos más ostensibles del candidato y su relación con el requerimiento; por ejemplo apariencia física, facilidad de expresión., con el objeto de destacar aquellos candidatos que de manera manifiesta no reúne los requerimientos del puesto que se pretende cubrir. Igualmente debe informarse de la naturaleza del trabajo, horario, con el fin de que el candidato decida si es de su interés seguir adelante con el proceso.
- Después se hace una entrevista de selección que constituye una técnica más

ampliamente utilizada, la cual permite la comunicación en dos sentidos, los entrevistadores obtienen información sobre el solicitante, y el solicitante obtiene sobre la organización.

- Se verifica los datos de referencia: Este recurso se difiere, ya que en algunos casos quien pueda suministrar la información no sea totalmente objetivo. Sin embargo permanece vigente las referencias laborales proporcionan información importante sobre el individuo.
- También se realiza un examen médico: Existen poderosas razones para llevar a la empresa a verificar la salud de su futuro personal entre ellas condiciones físicas para desempeñar un cargo en específico que terminen de poner en riesgo su estado físico, prevención de accidentes hasta pasando por el caso de evitar personas que se ausentaran con frecuencia debido a los constantes quebrantos de salud.
- Además se utiliza la técnica de selección que es la entrevista con el supervisor: Es idóneo que el candidato preseleccionado tenga una entrevista con quien podría ser su supervisor inmediato o el gerente del departamento, esto debido a que podría evaluar con mayor precisión las habilidades y conocimientos técnicos del candidato.
- Descripción realista del puesto: siempre es de gran importancia llevar a cabo una sesión de familiarización con el equipo o los instrumentos que se van a utilizar, de ser, posible en el lugar de trabajo. Estudios realizados han demostrado que la tasa de rotación de personal disminuye cuando se advierte claramente a los futuros empleados sobre las realidades menos atractivas de su futura labor, sin destacar solo los aspectos positivos de forma universal.

- Decisión de contratar: Este paso señala el final del proceso de selección
- Por último la decisión final, la cual es la información obtenida en cada una de las diversas fases del proceso de selección, se procede a evaluar comparativamente los requerimientos del puesto con las características del candidato.

GRÁFICO Nº 25. Flujo grama Del Proceso De Reclutamiento Y Selección Del Personal



Elaborado por: Pruna, E. (2012)

e. ASPECTO ECONOMICO FINANCIERO

i. Objetivos Empresariales.

Es el resultado que se desea lograr o son fines hacia los cuales se dirige el comportamiento del restaurante “La Posada del Chagra Aventurero”. A continuación se describe los siguientes objetivos:

1. Corto Plazo

El objetivo a corto plazo será el de obtener liquidez a través de la aportación de los socios, dinero en efectivo, activos fijos, mano de obra, realización de préstamos bancarios, para de esta manera sostener el negocio.

2. Mediano Plazo

El objetivo a mediano plazo dentro de los tres años, será el generar la rentabilidad económica y financiera que se ha planteado en este proyecto.

3. A Largo Plazo

El objetivo a largo plazo será incrementar las ventas, reflejando mayores utilidades, sin descuidar la competencia.

4. Creación del Valor

Para llegar a ser una empresa reconocida, competitiva y con bases sólidas y luego de haber obtenido liquidez, generar rentabilidad y de haber logrado un

crecimiento en las ventas, se mantendrá un servicio en constante innovación, manteniendo la calidad y cumpliendo con los objetivos a cabalidad.

TABLA Nº 64. Detalle de Inversiones, Equipos de Cocina

DETALLE	CANT.	V.UNIT.	V.TOTAL
INVERSION FIJA			\$ 65.243,13
INVERSION			\$ 45.243,13
TERRENO			\$ 20.000,00
EQUIPOS DE COCINA			
Cocina con 6 quemadores con plancha y parrilla	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Campana extractores de olores	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Horno pequeño	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Refrigerador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Cuarto Frio (Congelador)	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Licadora Industrial	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Batidora profesional	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Extractor de Cítricos	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Balanza	1	\$ 18,00	\$ 18,00
Mesa de Trabajo	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Estantes 4 repisas	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Licadora Oster	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Batería de Cocina N 40	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Ollas Medianas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Ollas Grandes	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Cilindro de gas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
TOTAL EQUIPOS DE COCINA			\$ 6.458,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 65. Detalle de Inversiones, Menaje y Vajilla

MENAJE Y VAJILLA	CANT.	V.UNIT	V.TOTAL
Escurreidor de Arroz	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Cuchillo cebollero	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Puntilla	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Espumadera	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Manga pastelera	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Espátula	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Set de Boquillas	1	\$ 23,00	\$ 23,00
Tabla de picar	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Bowls 38cm	3	\$ 2,20	\$ 6,60
Cucharones Grandes	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cucharones pequeños	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Exprimidor de Limón	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Colador Plástico	2	\$ 0,40	\$ 0,80
Colador de Metal	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Termómetro bimetálico (16 cm)	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Jarra Multiusos	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Bandejas de Servicio	25	\$ 8,00	\$ 200,00
Rallador de 4 lados	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Sartén Grande	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Sartén Pequeño Teflón	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Cucharas	150	\$ 0,55	\$ 82,50
Cuchillos de mesa	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Cucharas pequeñas	150	\$ 0,50	\$ 75,00
Tenedores	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Vasos de Cristal 8oz.	150	\$ 0,60	\$ 90,00
Extintor 20 lbs.			\$ 200,00
Uniformes de cocina	6	\$ 40,00	\$ 240,00
Mascarillas	100	\$ 0,01	\$ 1,00
Guantes	100	\$ 0,05	\$ 5,00
Platos soperos	150	\$ 1,80	\$ 270,00
Platos tendidos	150	\$ 1,80	\$ 270,00
Platos postre	150	\$ 1,80	\$ 270,00
Canguileras	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Líneas	2	\$ 180,00	\$ 360,00
TOTAL MENAJE Y VAJILLA			\$ 2.568,40

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 66. Detalle de Inversiones, Equipos de Computo

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
EQUIPO DE COMPUTO			
Computador e Impresora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL EQUIPO DE COMPUTO			\$ 1.000,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 67. Detalle de Inversiones, Muebles y Enseres

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
MUBLES Y ENSERES			
Mesas	25	\$ 32,00	\$ 800,00
Sillas	110	\$ 10,00	\$ 1.100,00
Escritorio	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Silla de Oficina	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL MUBLES Y ENSERES			\$ 2.075,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 68. Detalle de Inversiones, Útiles de Oficina

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
SUMINISTROS Y MATERIALES			
Útiles de Oficina			
Resma de papel	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Cartucho	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Memoria externa	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Carpetas	10	\$ 0,20	\$ 2,00
Resaltador	3	\$ 0,75	\$ 2,25
Perforadora	1	\$ 1,35	\$ 1,35
Grapadora	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Tijeras	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Esferos	6	\$ 0,35	\$ 2,10
TOTAL ÚTILES DE OFICINA			\$ 187,70

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 69. Detalle de Inversiones, Útiles de Limpieza

Útiles de Limpieza			
Escobas	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Recogedor de Basura	3	\$ 1,25	\$ 3,75
Botes de Basura con tapa	3	\$ 4,20	\$ 12,60
Fundas de basura Industrial	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Trapeadores	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Cloro gl.	1	\$ 3,40	\$ 3,40
Desinfectante gl.	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Estropajos	10	\$ 3,40	\$ 34,00
Limpiones	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Rollo de papel Toalla	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Jabón para platos gl.	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Lava vajilla	4	\$ 3,20	\$ 12,80
Papel higiénico	24	\$ 0,18	\$ 4,32
Rollo plástico	1	\$ 10,00	\$ 10,00
TOTAL UTILES DE LIMPIEZA			\$ 181,37

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 70. Detalle de Inversiones, Activos Intangibles

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES			
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitución			\$ 1.000,00
Gastos de Organización			\$ 1.000,00
Gastos de Instalación			\$ 10.000,00
Gastos de Investigación			\$ 350,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			\$ 12.350,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 71. Detalle de Inversiones, Capital de Trabajo

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
Capital de Trabajo			
Caja		\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Materia Prima		\$ 2.449,44	\$ 2.449,44
Mano de obra Directa		\$ 1.632,28	\$ 1.632,28
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 158,16	\$ 158,16
Gastos de Administración		\$ 1.722,75	\$ 1.722,75
Gastos de Ventas		\$ 350,00	\$ 350,00
Gastos Financieros		\$ 4.110,03	\$ 4.110,03
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 20.422,66	\$ 20.422,66

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 72. Detalle de Inversiones, Gastos Administrativos

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
Gastos Administrativos			
Sueldo Gerente		500,00	500,00
Gasto Aporte Patronal		60,75	60,75
Gasto Beneficios Sociales		107,51	107,51
Sueldo Gerente Administrativo		500,00	500,00
Gasto Aporte Patronal		60,75	60,75
Gasto Beneficios Sociales		107,51	107,51
Gasto Depre. Edificio área administrativa		25,00	25,00
Gasto Energía Eléctrica Área Administrativa		9,00	9,00
Gasto Depre. Equipo de Computo		27,79	27,79
Gasto Depre. Muebles y Enseres		17,29	17,29
Gasto de Constitución		85,00	85,00
Gastos de Organización		16,66	16,66
Gastos de Instalación		166,66	166,66
Gastos de Investigación		23,83	23,83
Gastos Teléfono		15,00	15,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 1.722,75

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA N° 73. Detalle de Inversiones, Gastos de Venta

DETALLE	CANT.	P.UNIT.	P.TOTAL
Gastos de Ventas			
Publicidad y Propaganda			\$ 350,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS			\$ 350,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA N° 74. Detalle de Inversiones, Gastos Financieros

DETALLE	CANTIDAD	P.UNIT.	P.TOTAL
Gastos Financieros			
Intereses			\$ 4.110,03
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			\$ 4.110,03

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 75. Inversiones

RUBRO	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS	20.000,00	45.243,13	65.243,13
ACTIVOS		12.470,47	
Edificio	20.000,00		20.000,00
Equipo de Cocina		6.458,00	6.458,00
Muebles y enseres		2.075,00	2.075,00
Equipo de Computo		1.000,00	1.000,00
Menaje y Vajilla		2.568,40	2.568,40
Útiles de Oficina		187,70	187,70
Útiles de Aseo		181,37	181,37
ACTIVOS DIFERIDOS		12.350,00	12.350,00
Gastos de Constitución		1.000,00	1.000,00
Gastos de Instalación		10.000,00	10.000,00
Gastos de Organización		1.000,00	1.000,00
Gastos de Promoción		350,00	350,00
CAPITAL DE TRABAJO		20.422,66	20.422,66
Materia Prima		2.449,44	2.449,44
Mano de obra Directa		1.632,28	1.632,28
Costos Indirectos de Fabricación		158,16	158,16
Gastos de Administración		1.722,75	1.722,75
Gastos de Ventas		350,00	350,00
Gastos Financieros		4.110,03	4.110,03
Caja Bancos		10.000,00	10.000,00
TOTAL	20.000,00	45.243,13	65.243,13

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

ii. Estructura del Balance.

1. Estados Financieros

Son el resumen de los resultados de las diferentes transacciones económicas de una empresa en un período determinado. Entre los principales Estados financieros que debemos presentar a la SRI y Superintendencia de Compañías son: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y Estado de Flujo de Efectivo, los mismos que describiremos más adelante.

El Restaurante “**LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO**” CÍA. LTDA. Inicia sus actividades con los siguientes datos:

TABLA Nº 76. Estado de Situación Inicial.

RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO" CÍA.LTDA.			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL 01 DE ENERO DEL 2013			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVOS CORRIENTES		15.386,91	PASIVO CORRIENTE
ACTIVO DISPONIBLE	\$ 10.000,00	PASIVO A LARGO PLAZO	\$
Caja	10.000,00	Préstamo Bancario por Pagar	10.000,00
ACTIVO REALIZABLE	5.386,91	TOTAL PASIVO	10.000,00
Inventario Materia Prima	2.449,44	PATRIMONIO	
Menaje y Vajilla	2.568,40	Capital Social	<u>47.269,91</u>
Inventarios	369,07	TOTAL PATRIMONIO	47.269,91
Útiles de oficina	\$ 187,70		
Útiles de aseo	<u>181,37</u>		
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	29.533,00		
Edificio	20.000,00		
Equipo de Cocina	6.458,00		
Equipo de Computo	1.000,00		
Muebles y Enseres	<u>2.075,00</u>		
ACTIVO DIFERIDO	12.350,00		
Gasto de Constitución	1.000,00		
Gasto Organización	1.000,00		
Gasto de Instalación	10.000,00		
Gastos de Promoción	350,00		
<u>TOTAL ACTIVOS</u>	<u>\$57.269,91</u>	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	<u>\$57.269,91</u>
GERENTE		CONTADOR	

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Costos y Gastos Salariales, Rol de Provisiones

Es un documento de control interno que sirve para calcular el sueldo de cada uno de los trabajadores que pertenecen a la empresa.

A continuación se detalla el modelo del rol de pagos y rol de provisiones correspondientes:

TABLA Nº 77. Costos y Gastos Salariales, Rol de Provisiones

RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO" CÍA.LTDA. COSTOS Y GASTOS SALARIALES, ROL DE PROVISIONES CORRESPONDIENTE AL MES DE ENERO DEL 2013											
N	CARGO	SUELDO	COMISION	TOTAL SUELDO	BENEFICIO SOCIALES						TOTAL A PAGAR
					XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO RESERVA	APORTE PAT. 11,15%	IECE 0,50%	SECAP 0,50%	
1	Gerente	500,00		500,00	41,67	24,17	41,67	55,75	2,50	2,50	668,25
2	Gerente Administrativo	500,00		500,00	41,67	24,17	41,67	55,75	2,50	2,50	668,25
	TOTAL	1.000,00		1.000,00	83,33	48,34	83,33	111,50	5,00	5,00	1.336,51
3	Cocinero	400,00		400,00	33,33	24,17	33,33	44,60	2,00	2,00	539,44
4	Ayudante de cocina	300,00		300,00	25,00	24,17	25,00	33,45	1,50	1,50	410,62
5	Mesero	250,00	50,00	300,00	25,00	24,17	25,00	33,45	1,50	1,50	410,62
	TOTAL	950,00	50,00	1.000,00	83,33	72,51	83,33	111,50	5,00	5,00	1.360,68

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Depreciaciones:

El método utilizado para las depreciaciones fue el de método legal.

TABLA Nº 78. Depreciaciones

RESTAURANTE LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO DEPRECIACIONES EXPRESA EN DÓLARES								
CUENTA	VALOR	%	AÑOS					VALOR
			1	2	3	4	5	RESIDUAL
Edificio	20.000,00	5%	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Equipo de Cocina	6.458,00	10%	645,80	645,80	645,80	645,80	645,80	3.229,00
Equipo de Computo	1.000,00	33,33%	333,30	333,30	333,30	333,30	333,30	1.666,50
Muebles y Enseres	2.075,00	10%	207,50	207,50	207,50	207,50	207,50	1.037,50
TOTAL	29.533,00		2.186,60	2.186,60	2.186,60	2.186,60	2.186,60	10.933,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Amortizaciones.

Denominaremos amortización al proceso sistemático por el que se transfieren los saldos de las cuentas de Inmovilizado a la cuenta de Resultados durante el periodo de vida útil del Inmovilizado (también debemos recordar que los gastos de establecimiento se suelen imputar en más de un ejercicio económico).

TABLA Nº 79. Amortizaciones

RESTAURANTE LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO							
AMORTIZACIONES							
EXPRESADO EN DÓLARES							
CUENTA	VALOR	%	Años				
			1	2	3	4	5
Gasto de Constitución	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gasto Organización	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gasto de Instalación	10.000,00	20%	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Gasto Promoción	350,00	20%	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
TOTAL	12.350,00		2.470,00	2.470,00	2.470,00	2.470,00	2.470,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Capital de Trabajo.

Al capital de trabajo se lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

TABLA Nº 80. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	10.000,00
Materia Prima	2.449,44
Mano de obra Directa	1.632,28
Costos Indirectos de Fabricación	158,16
Gastos de Administración	1.722,75
Gastos de Ventas	350,00
Gastos Financieros	4.110,03
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	20.422,66

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 81. Amortización del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACIONES							
CALENDARIO DE PAGOS							
CONDICIONES							
CLIENTE: Restaurante "LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO" CÍA.LTDA.							
Monto a recibir	10.000,00				Plazo:	36 meses	
Gastos Legales	0,00				Gracias:	0	
Impuesto. Otros participes	0,00				Tasa:	23,90%	
Impuesto Solca	0,00				Periodicidad:	Mensual	
Reconocimiento de firmas	0,00				Fecha Desembolso:	12/12/2012	
Monto financiado	10.000,00						
Expresado en dólares							
N.PAGO	CUANDO ME TOCA PAGAR	CUANTO ME TOCA PAGAR	SEGURO INCENDIO	SEGURO DESGRAVAMEN	CAPITAL	INTERES	CUANTO ME FALTA PAGAR
1	23/01/2013	422,33		5,89	190,72	225,72	9.809,28
2	23/02/2013	395,08		5,10	194,62	195,37	9.614,66
3	24/03/2013	395,09		5,00	198,59	191,37	9.416,07
4	23/04/2013	395,08		4,90	202,65	187,54	9.213,42
5	23/05/2013	395,08		4,79	206,79	183,50	9.006,63
6	24/06/2013	395,08		4,68	211,02	179,38	8.795,61
7	23/07/2013	395,09		4,57	215,33	175,18	8.580,28
8	25/08/2013	395,09		4,46	219,73	170,89	8.360,55
9	25/09/2013	395,08		4,35	224,22	166,51	8.136,33
10	23/10/2013	395,08		4,23	228,81	162,05	7.907,52
11	23/11/2013	395,08		4,11	233,48	157,49	7.674,04
12	24/12/2013	395,09		3,99	238,25	152,84	7.435,79
13	23/01/2014	395,08		3,87	243,12	148,10	7.192,67
14	23/02/2014	395,1		3,74	248,09	143,25	6.944,58
15	23/03/2014	395,08		3,61	253,16	138,31	6.691,42
16	23/04/2014	395,09		3,48	258,34	133,27	6.433,08
17	25/05/2014	395,09		3,35	263,62	128,13	6.169,46
18	23/06/2014	395,08		3,21	269,00	122,88	5.900,46
19	23/07/2014	395,08		3,07	274,50	117,52	5.625,96
20	24/08/2014	395,08		2,93	280,11	112,05	5.345,85
21	24/09/2014	395,08		2,78	285,83	106,47	5.060,02
22	23/10/2014	395,09		2,63	291,68	100,78	4.768,34
23	23/11/2014	395,08		2,48	297,64	94,97	4.470,70
24	23/12/2014	395,08		2,32	303,72	87,04	4.166,98
25	23/01/2015	395,09		2,17	309,93	82,99	3.857,05
26	23/02/2015	395,08		2,01	316,26	76,82	3.540,79
27	23/03/2015	395,08		1,84	322,72	40,52	3.218,07
28	24/04/2015	395,08		1,67	329,32	64,09	2.888,75
29	23/05/2014	395,09		1,50	336,06	57,53	2.552,69
30	25/06/2014	395,08		1,33	342,91	50,84	2.209,78
31	23/07/2014	395,08		1,15	349,92	44,01	1.859,86
32	23/08/2014	395,09		0,97	357,08	37,04	1.502,78
33	24/09/2014	395,08		0,78	364,37	29,93	1.138,41
34	23/10/2014	395,08		0,59	371,82	22,67	766,59
35	23/11/2014	395,09		0,40	379,42	15,27	387,17
36	23/12/2014	395,08		0,20	387,17	7,71	0,00
	carga financiera					4.110,03	

Fuente: Banco Pichincha

TABLA Nº 82. Previsión de Ventas

PREVISION DE VENTAS					
INFLACIÓN PROMEDIO ANUAL: 5,22%					
RUBRO	Años				
	1	2	3	4	5
Número Sillas ocupadas	72	75,76	79,71	83,87	88,25
Costo Promedio	\$ 5,00	\$ 5,26	\$ 5,54	\$ 5,82	\$ 6,13
Total Ventas Diarias	\$ 360,00	\$ 378,79	\$ 398,56	\$ 419,37	\$ 441,26
Total Ventas Mensuales	\$ 10.800,00	\$ 11.363,76	\$ 11.956,95	\$ 12.581,10	\$ 13.237,83
Total Ventas Anuales	\$ 129.600,00	\$ 136.365,12	\$ 143.483,38	\$ 150.973,21	\$ 158.854,01

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 83. Hoja de Costos

ELEMENTO	COSTO UNIT.(\$)	N. PLATOS PRODUCIDOS	COSTO DIA(\$)	COSTO MES(\$)	COSTO AÑO (\$)
Materia Prima	1,13400	72	81,65	2.449,44	29.393,28
Mano De Obra Directa	0,63000	72	45,36	1.360,80	16.329,60
Costos Indirectos De Fabricación	0,07322	72	5,27	158,16	1.897,86
TOTAL	\$ 1,85072		\$ 133,25	\$ 3.997,56	\$ 47.620,74

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 84. Hoja de Costos Proyectada

RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO" CÍA.LTDA.					
HOJA DE COSTOS PROYECTADA					
CUENTAS	Años				
	1	2	3	4	5
Materia Prima	29.393,28	30.927,61	32.542,03	34.240,72	36.028,09
Mano de Obra Directa	16.329,60	17.182,01	18.078,91	19.022,62	20.015,61
Costos Indirectos de Fabricación	1.897,86	1.996,93	2.101,17	2.210,85	2.326,26
TOTAL	\$ 47.620,74	\$ 50.106,55	\$ 52.722,11	\$ 55.474,20	\$ 58.369,95

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Estado De Resultados

TABLA N° 85. Estado de resultados

RESTAURANTE LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO CÍA LTDA					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS					
PROYECCION PARA 5 AÑOS					
RUBRO	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas netas	129.600,00	136.365,12	143.483,38	150.973,21	158.854,01
(-) Costo de Producción	47.620,74	50.106,55	52.722,11	55.474,20	58.369,95
(=) Utilidad Bruta	81.979,26	86.258,57	90.761,27	95.499,01	100.484,06
(-) GASTOS OPERACIONALES					
(-) Gastos de Administración	19.637,04	20.662,09	21.740,65	22.875,52	24.069,62
Sueldos	12.000,00	12.626,40	13.285,50	13.979,00	14.708,70
Beneficios Sociales	4.038,24	4.249,04	4.470,84	4.704,21	4.949,77
Servicios Básicos	288,00	303,03	318,85	335,50	353,01
Gasto Depreciación Activos Fijos	840,80	884,69	930,87	979,46	1.030,59
Gasto Amortizaciones	2.470,00	2.598,93	2.734,60	2.877,34	3.027,54
(-) Gastos de Ventas	350,00	368,27	387,49	407,72	429,00
Publicidad y Propaganda	350,00	368,27	387,49	407,72	429,00
(-) Gastos Financieros	4.110,03	4.324,57	4.550,32	4.787,84	5.037,77
Gasto Interés	4.110,03	4.324,57	4.550,32	4.787,84	5.037,77
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	57.882,19	60.903,64	64.082,81	67.427,93	70.947,67
(-) 15% Participación trabajadores	8.682,33	9.135,55	9.612,42	10.114,19	10.642,15
(=) Utilidad antes de Impuesto Renta	49.199,86	51.768,09	54.470,39	57.313,74	60.305,52
(-) 23% Impuesto a la Renta	11.315,97	11.906,66	12.528,19	13.182,16	13.870,27
(=) Utilidad del Ejercicio	37.883,89	39.861,43	41.942,20	44.131,58	46.435,25

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 86. Estado de Situación Financiera Final

RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO" CÍA.LTDA.					
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES			PASIVO CORRIENTE		
ACTIVO DISPONIBLE			PASIVO CORTO PLAZO		
		73.773,06			\$
Caja - Bancos	73.773,06		IESS por Pagar		215,00
ACTIVO REALIZABLE			PASIVO A LARGO PLAZO		
		2.900,56	Aporte Personal 9,35%	93,50	
Menaje y Vajilla	2.568,40		Aporte Patronal 12.15%	<u>121,50</u>	
Inventarios	332,16		15% Participación Trabajadores		8.359,83
Útiles de oficina	\$ 168,93		23% Impuesto a la Renta por Pagar		10.895,65
Útiles de aseo	<u>163,23</u>		Décimo Cuarto Sueldo		120,85
ACTIVO FIJO			TOTAL PASIVO CORTO PLAZO		
		27.346,37			19.591,33
Edificio	20.000,00	19.000,00	PASIVO A LARGO PLAZO		
(-)Depreciación Acumula Edificios	<u>-1.000,00</u>		Préstamo Bancario por Pagar		7.192,67
Equipo de Cocina	6.458,00	5.812,20	Interés Bancario por Pagar		<u>1.962,19</u>
(-)Depreciación Acumulada Equipo Cocina	<u>-645,80</u>		TOTAL PASIVO LARGO PLAZO		9.154,86
Equipo de Computo	1.000,00	666,67	PATRIMONIO		
(-)Depreciación Acumulada Equipos de computación	<u>-333,33</u>		Capital Social		47.269,91
Muebles y Enseres	2.075,00	1.867,50	Utilidad del Ejercicio		<u>37.883,89</u>
(-) Depre. Acumulada Muebles y Ens.	<u>-207,50</u>		TOTAL PATRIMONIO		85.153,80
ACTIVO DIFERIDO			TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		
		9.880,00			
Gasto de Constitución	1.000,00	800,00	<hr/>		
(-) Amortización Acum.	<u>-200,00</u>				
Gasto Organización	1.000,00	800,00			
(-) Amortización Acum.	<u>-200,00</u>				
Gasto de Instalación	10.000,00	8.000,00			
(-) Amortización Acum.	<u>-2.000,00</u>				
Gasto de Promoción	350,00	280,00			
(-) Amortización Acum.	<u>-70,00</u>				
TOTAL ACTIVOS		\$ 113.899,99	TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO		\$ 113.899,99
<hr/>			<hr/>		
GERENTE			CONTADOR		

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

2. Índices Financieros

TABLA Nº 87. Índices Financieros, Ratios Económicos

RATIOS ECONÓMICOS			
Rentabilidad Económica del Proyecto	Utilidad Bruta / Activo Total	81.979,26 / 113.889,99	71,98%
Rentabilidad Financiera del Proyecto	Utilidad Neta / Patrimonio	37.883,89 / 85.153,80	44,49%
Rentabilidad sobre las Ventas	Utilidad Bruta / Ventas	81.979,26 / 129.600,00	63,26%

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 88. Índices Financieros, Ratios Financieros

RATIOS FINANCIEROS			
Índice de Solvencia	Activo Corriente / Pasivo a Corto Plazo	76.673,62 / 19.591,33	391,37%

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 89. Índices Financieros, Ratios Operativos

RATIOS OPERATIVOS			
Índice de Endeudamiento	Pasivo total / Patrimonio	28.746,19 / 85.153,80	33,76%

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 90. Flujo de Efectivo

RESTAURANTE " LA POSADA DEL CHAGRA AVENTURERO" CÍA.LTDA.						
FLUJO DE EFECTIVO						
RUBRO /AÑO	0	1	2	3	4	5
Ventas		129.600,00	136.365,12	143.483,38	150.973,21	158.854,01
(+)Valor de Salvamento			0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Costo de Producción		47.620,74	50.106,54	52.722,10	55.474,20	58.369,95
(=) Utilidad Bruta		81.979,26	86.258,58	90.761,28	95.499,01	100.484,06
(-) Gasto de Administración		21.437,04	22.556,05	23.733,48	24.972,37	26.275,92
(-) Gasto de Venta		350,00	368,27	387,49	407,72	429,00
(-) Gasto Financiero		4.110,03	4.324,57	4.550,32	4.787,84	5.037,77
(=) Utilidad antes de participación		56.082,19	59.009,68	62.089,99	65.331,08	68.741,37
(-) 15 % Participación Trabajadores		8.412,33	8.851,45	9.313,50	9.799,66	10.311,20
(=) Utilidad Antes de IR.		47.669,86	50.158,23	52.776,49	55.531,42	58.430,16
(-) 23% Impuesto a la Renta		10.964,07	11.536,39	12.138,59	12.772,23	13.438,94
(=) Utilidad Neta del Ejercicio		36.705,79	38.621,84	40.637,90	42.759,19	44.991,22
(+) Depreciaciones		2.223,51	2.339,58	2.461,70	2.590,20	2.725,41
(+) Amortizaciones		2.470,00	2.598,93	2.734,60	2.877,34	3.027,54
INVERSIONES						
Inversiones Totales	-32.470,47					
Crédito - Desembolso Inicial	-10.000,00					
Capital Neto de Trabajo	-10.422,66					10.422,66
Intangibles	-12.350,00					
(=) Flujo Neto de Efectivo	-65.243,13	41.399,30	43.560,35	45.834,20	48.226,74	61.166,84

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

3. Viabilidad Financiera

Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) es expresar los flujos de caja al día de hoy descontados a un costo de oportunidad, es decir a un porcentaje que se tiene como percepción de lo que se debería ganar. Cuando:

- VAN > 0 Viable
- VAN < 0 No viable
- VAN = 0 Lo obtenido será igual al costo de oportunidad

El valor actual neto es el valor presente de todos los ingresos desde el primer año hasta el quinto año disminuida la inversión.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n Es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k .

TABLA Nº 91. Cálculo de Van

N	FLUJOS	(1+K) t	(FLUJO/ (1+k) t	VAN
0				-65.243,13
1	41.399,30	1,0522	39.345,47	-25.897,66
2	43.560,35	1,1071	39.346,35	13.448,69
3	45.834,20	1,1649	39.346,04	52.794,73
4	48.226,74	1,2257	39.346,29	92.141,01
5	61.166,84	1,2897	47.427,18	139.568,20

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Tasa Interna De Retorno.- Es la tasa que iguala los flujos de ingresos y egresos futuros de una inversión

Debemos determinar con que tasa el van se acerca más a cero.

La tasa interna de retorno muestra la rentabilidad de un proyecto. Cuando:

- $VAN > 0$ entonces $TIR > \text{costo de oportunidad}$
- $VAN < 0$ entonces $TIR < \text{costo de oportunidad}$
- $VAN = 0$ entonces $TIR = \text{costo de oportunidad}$

TABLA N° 92. Cálculo del Tir

N	FLUJOS	(1+k) t	(FLUJO/ (1+k) t	TIR
0				-65.243,13
1	41.399,30	1,62194	25.524,56	-39.718,57
2	43.560,35	2,63069	16.558,53	-23.160,04
3	45.834,20	4,26682	10.742,00	-12.418,04
4	48.226,74	6,92053	6.968,65	-5.449,39
5	61.166,84	11,22454	5.449,38	0,00

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

El TIR es del 62.194%

TABLA Nº 93. Costos Fijos y Variables

COSTO TOTAL			
ESPRESADO EN DÓLARES			
CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	TOTAL
1. COSTO DE PRODUCCIÓN			
COSTOS DIRECTOS			45.722,88
Materia Prima		29.393,28	
Mano de Obra Directa	16.329,60		
COSTOS INDIRECTOS F.			1.897,80
Depreciaciones	1.345,80		
Energía Eléctrica		252,00	
Agua		300,00	
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			19.636,80
Sueldos y Salarios	12.000,00		
Beneficios Sociales	4.038,00		
Servicios Básicos		288,00	
Amortizaciones	2.470,00		
Depreciaciones	840,80		
3. COSTOS DE VENTA			
GASTO DE VENTA			350,00
Publicidad y propaganda		350,00	
COSTOS FINANCIEROS			
GASTOS FINANCIEROS			4.110,03
Gasto Interés	4.110,03		
COSTO TOTAL	41.134,23	30.583,28	71.717,51

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Punto De Equilibrio

Es la producción necesaria para no obtener pérdidas ni ganancia.

Para el cálculo del punto de equilibrio tomamos en cuenta las siguientes fórmulas:

TABLA Nº 94. Cálculo del Punto de Equilibrio

RUBRO	FÒRMULA	VALOR
COSTOS FIJOS TOTALES		41.134,23
COSTOS VARIABLES TOTALES		30.583,28
UNIDADES A PRODUCIR		25920
PRECIO DE MERCADO		5
INGRESOS ANUALES		129.600,00
Cuv. = Costo Variable Unitario	Costos Variables Totales / Unidades a producir	1,18
QE. Punto de equilibrio para unidades a producir anual.	Costos fijos / (Precio - Cuv.)	10.767,87
Q.E. Punto de equilibrio para unidades a producir diario.	(Costos fijos / (Precio - Cuv.))/360	29,91
Y.E. = Punto de Equilibrio para los ingresos.	Costos Fijos / (1- (Cuv / Ingresos))	41.134,60
P.E. = Precio de Equilibrio.	(Costos Fijos / Cantidades Producidas) + Cuv.	2,77
M.G. = Margen de Ganancia.	Precio de Mercado - Precio de Equilibrio	2,23
U. = Porcentaje de Producción.	Costos Fijos / (Ingresos - (Cuv. * Cantidad a Producir))	42%

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

Periodo De Recuperación de la Inversión.

Es el tiempo en el cual se recuperará la inversión total.

Según, lo detallado previamente el período de recuperación de la inversión será en el segundo año de funcionamiento.

TABLA Nº 95. Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO	FLUJOS	PRI.
0	-65.243,13	-65.243,13
1	41.399,30	-23.843,83
2	43.560,35	19.716,52
3	45.834,20	65.550,72
4	48.226,74	113.777,46
5	61.166,84	174.944,30

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

TABLA Nº 96. Relación beneficio Costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
R.B.C. =	Sumatoria Ingresos Actualizados	81.979,26	\$ 1,43
	Sumatoria Egresos Actualizados	57.269,91	

Elaborado por: Pruna, E. (2012)

f. **ASPECTO AMBIENTAL.**

i. **Impacto Ambiental Del Proyecto**

Impacto ambiental es el “término que define el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente.”

La valoración del impacto ambiental tiene como visión, que el proyecto y las actividades que vayan a realizar sean ambientalmente sustentables.

Los problemas ambientales generados por parte del proyecto, se enmarcan en la contaminación atmosférica por gases de combustión, emisión de ruido, contaminación del recurso agua, por las descargas residuales no domésticas, contaminación del suelo especialmente por la generación y manejo de residuos.

Contaminación Atmosférica Del Proyecto

Se determina por la concentración de contaminantes en el aire, los cuales pueden ser gases, vapores, humos u olores emitidos por el área de producción y que son causantes de efectos adversos en el medio ambiente, los recursos naturales renovables y la salud humana.

Contaminación del Recurso Agua, Por las Descargas Residuales no

Domésticas

Aguas residuales son aquellas cuyas propiedades se encuentran alteradas por el uso doméstico, industrial, agrícola u otros, así como las aguas que se evacúan junto a éstas en tiempo seco (aguas sucias) y las aguas pluviales que fluyen y se recogen de áreas edificadas y superficies urbanizadas (aguas pluviales). Como aguas sucias se consideran también aquellos líquidos que fluyen y son recogidos de plantas para el tratamiento, almacenamiento y deposición de residuos.

Contaminación Del Suelo, Generación y Manejo de Residuos.

Reciben el nombre de residuos aquellos objetos que han dejado de desempeñar la función para la cual fueron creados, se considera que ya no sirven porque no cumplen su propósito original; y, por tal motivo, son eliminados. Sin embargo, éstos pueden ser aprovechados si se manejan de forma adecuada. Ahora bien, un desecho o basura es un producto resultado de las actividades humanas que ya no tiene valor ni utilidad, y es llevado directamente a un botadero.

Para poder tratar los residuos y obtener buenos resultados es importante saber que hay distintos tipos y que se agrupan de diferentes maneras.

Según su estado físico se clasifican en:

- Sólidos

- Líquidos
- Gaseosos

ii. Acciones Remediales

Las acciones remediales han sido elaboradas con la finalidad de realizar actividades productivas gastronómicas, de tal forma que los impactos ambientales relacionados a su proceso sean prevenidos, minimizados y controlados.

Las acciones remediales contemplan lo siguiente:

- 1.- Prevención y Reducción de Contaminación Ambiental
- 2.- Prevención de la contaminación atmosférica y ruidos
- 3.- Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional

1.- Prevención y Reducción De Contaminación Ambiental

Este plan propone medidas de prevención de la contaminación de carácter general y específico las cuales serán detalladas en las respectivas áreas del restaurante.

1.1 Cocina

En esta área del restaurante se encuentra una gran variedad de

electrodomésticos que representan la mayor parte del consumo de energía del establecimiento. Además, es en esta zona donde se genera más consumo de agua y mayor cantidad de residuos, al ser el lugar de producción y eliminación de restos.

1.1.1 Medidas Preventivas para las aguas residuales no domésticas.

Al utilizar aceite para freír, grasa, manteca, mantequillas, margarinas, carnes, entre otros para la preparación de alimentos, y que se lave con agua los utensilios de cocina, deben instalar y dar mantenimiento a trampas de grasa.

Este dispositivo para retención de aceite y grasa estará localizado en los conductos de desagüe de las cocinas, antes del punto de descarga al alcantarillado. La grasa, aceite y sólidos removidos deberán envasarse en contenedores herméticos y resistentes a impactos, localizados en áreas donde no existan sumideros, canaletas, ni exista el riesgo de derrames hacia los sistemas de alcantarillado.

1.1.2 Medidas preventivas para la reducción en el consumo energético.

- Evitar que los alimentos que se introduzcan en los refrigeradores estén calientes, ya que el consumo energético se incrementa considerablemente.
- Cerrar correctamente las cámaras frigoríficas para evitar pérdidas al exterior.
- Evitar colocar los aparatos de frío cerca de fuentes de calor.

- Limpiar periódicamente las superficies de hornos, fuegos, placas, etc., para evitar que las grasas puedan impedir la transmisión de calor.
- Emplear recipientes y ollas acordes al tamaño del fogón para evitar pérdidas de energía.
- No apagar los tubos fluorescentes en zonas donde se vayan a volver a encender en breve, ya que el mayor consumo energético se produce en el encendido.

1.1.3 Medidas preventivas para la reducción en el consumo de agua.

- Utilizar sistemas de grifos de agua. Así, se obtienen las mismas prestaciones con un menor consumo y se consiguen ahorros de hasta un 50%.
- Procurar lavar los alimentos en bandejas.
- Si es necesario lavar a mano, llenar el fregadero con agua y jabón e introducir en el los platos que va a lavar.

1.1.4 Medidas preventivas para la reducción residuos.

- Ajustar las cantidades de comida servida a los platos si se comprueba que los clientes la dejan regularmente, esto reducirá considerablemente la generación de residuos.

- Evitar el sobre-empaquetamiento de la comida para llevar.
- Utilizar extractor de humos con filtros que eviten los malos olores y la emisión de partículas al exterior. Limpiarlos a menudo.
- Establecer una división de contenedores para todos los tipos de residuos; se los puede diferenciar por colores como se demuestra en el siguiente gráfico.
- No verter aceite vegetal por el desagüe del fregadero. Se lo guardará en botes, evitando posibles derrames y se lo entregará a un gestor ambiental

GRÁFICO Nº 26. Clasificación de Residuos



Fuente: <http://www.nutriservicial.com/ambiental.php>

1.2 Comedor

En el comedor, se generan muchos residuos y se producen consumos importantes de recursos energéticos y de agua, sobre todo en la limpieza y el mantenimiento.

1.2.1 Medidas preventivas para la reducción de residuos

- Utilizar envases para los distintos condimentos (saleros, azucareros, botes de mostaza, salsa de tomate, aceite y vinagre, etc.). Los envases de vidrio son los más adecuados para la reutilización por su larga duración y dificultad de deterioro.
- Se regalará platos, vasos y vajilla en general que ya no se use a asociaciones benéficas.
- Utilizar servilletas y manteles de tela. Si se decide usar los de papel, se escogerá en lo posible los fabricados con papel reciclado.
- No se utilizará vajillas desechables.

1.3 Baños

1.3.1 Medidas preventivas para la reducción en el consumo de agua

- Se colocará una botella de agua o arena en la cisterna para reducir el volumen de agua gastada o baja la boya para reducir el llenado de la cisterna.
- Se colocarán carteles informativos sobre el correcto uso de estos sistemas.

1.4 Limpieza

La mayor parte de los productos utilizados en limpieza contienen sustancias nocivas y peligrosas. Usaremos los menos dañinos y, de ser posible, se elegirán los que cuenten con alguna etiqueta ecológica.

A continuación recomendaciones específicas para el momento de realizar la limpieza:

- Leer detalladamente las etiquetas para saber qué contienen y como manipularlos.
- Evitar siempre el uso de aerosoles que contengan compuestos cloro flúor carbonados (CFCs) o compuestos orgánicos volátiles.
- No utilizar ambientadores, se utilizará ventilación siempre que sea posible. Abrir las ventanas el tiempo imprescindible y asegurarnos de que queden bien cerradas.
- Si no se puede ventilar, se usarán ozonizadores, ya que estos recirculan el aire, lo filtran y esterilizan, purificando el ambiente

- Evitar el derroche de agua. Utilizar la imprescindible y asegurarnos de que los grifos queden bien cerrados y que las cisternas no tengan pérdidas.
- Limpiar periódicamente los ventanales, luminarias y lámparas para reducir el uso de energía eléctrica.
- Usar preferiblemente detergentes con pH neutro.
- Limpiar las juntas de las puertas de los frigoríficos para que cierren herméticamente.
- Utilizar limpiadores multiuso cuando sea posible. Es una buena práctica ambiental asegurarse que la cantidad de agua empleada en la limpieza es la adecuada.
- Barrer la zona de comedores y terrazas en lugar de utilizar mangueras para su limpieza.
- Aprovechar las toallas o manteles viejos como trapos de limpieza esto ayuda a reciclar y mejorar la utilización de recursos.
- Utilizar los distintos contenedores para el depósito de cada tipo de residuos, estos contenedores tienen que estar claramente identificados y señalizados

para evitar confusiones y que tanto el personal como los clientes lo utilicen.

2. Prevención De La Contaminación Atmosférica y Ruidos

Se deberá contar con campanas de extracción y/o filtros de condensación de grasa, filtros de carbón activado u otros, con las especificaciones técnicas necesarias que garanticen el control de emisiones gaseosas.

Las fuentes de combustión (generadores, calderos) deberán tener registros de horas de funcionamiento y del mantenimiento periódico.

3. Plan De Seguridad Industrial y Salud Ocupacional

3.1 Plan De Seguridad Industrial

Recomendaciones Generales

El cumplimiento de las normas de seguridad industrial asegurará el bienestar de los trabajadores, minimizará las afectaciones a la salud y reducirá las pérdidas económicas.

- Garantizar que las actividades propias del restaurante se realicen en un ambiente agradable, para que los empleados desempeñen su trabajo eficientemente y a gusto; evitando así que bajo ningún concepto se lleven a cabo acciones que vayan en desmedro de la salud de los trabajadores.

Verificar el correcto estado de funcionamiento y limpieza del equipo de protección personal (fajas lumbares, guantes, gorros).

3.1.1 Medidas de Seguridad Industrial

- Todo accidente laboral será registrado y comunicado a la Dirección de Riesgos del Trabajo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Además, en el restaurante se implementarán las medidas necesarias para evitar la ocurrencia de un accidente similar.
- No jugar ni distraer en forma alguna a los demás, mientras se trabaja.
- Mantener despejados los espacios que rodean a extintores, llaves y tomas de agua, tomacorrientes, etc.
- Mantener en orden todas las herramientas y materiales que se usan para el trabajo; así mismo después de su uso colocarlas en forma limpia y ordenada en el lugar que les corresponda.
- Se colocarán señales y carteles de medidas de seguridad en todo el restaurante con el fin de indicar la existencia de un riesgo, con sus respectivos colores, señales y símbolos de seguridad. Como se muestra en el siguiente gráfico.
- Todo el personal será instruido de la existencia, situación y significado de la señalización de seguridad empleada en las instalaciones del restaurante.
- Todo el personal estará familiarizado con el funcionamiento de los extintores de primera intervención. Lo más corriente para sofocar este tipo

de fuego es la utilización de espuma o polvo seco. El agua se utiliza para enfriar los depósitos expuestos al calor emitido.

- Todo el personal será instruido de la existencia, situación y significado de la señalización de seguridad empleada en las instalaciones del restaurante.
- Todo el personal estará familiarizado con el funcionamiento de los extintores de primera intervención. Lo más corriente para sofocar este tipo de fuego es la utilización de espuma o polvo seco. El agua se utiliza para enfriar los depósitos expuestos al calor emitido

GRÁFICO Nº 27. Señalética Restaurante.



Fuente: <http://www.la-senaletica-en-el-entorno-de-la-pyme.html>

3.2 Salud Ocupacional

3.2.1 Controles Médicos del Personal

- Se mantendrán periódicamente controles médicos al personal del restaurante para poder evaluar sus condiciones de acuerdo a las actividades que realiza.

Protección de la Salud

- Es conveniente que haya, en las operaciones normales, un elevado grado de higiene personal junto con indumentaria protectora apropiada.
- En interés de la higiene es indispensable que haya servicios de aseo con abundante agua caliente, jabón y toallas limpias.

Además, de lo expuesto anteriormente se debe contar con una lista de números de teléfono con las principales centrales de auxilio, para cualquier tipo de emergencia o contingencia.

g. CONCLUSIONES

1. Según la investigación se encontró falencias y errores en las empresas existentes, lo que nos da una pauta para la correcta iniciación del proyecto.
2. Gracias a la investigación realizada se ha determinado que existe una alta aceptabilidad a la creación de un nuevo restaurante en la parroquia.
3. En el análisis económico; la rentabilidad financiera arrojan resultados positivos, un TIR (Tasa Interna de retorno) del 62.194%, un V.A.N de \$139.568,20 y obteniendo una relación costo beneficio de \$ 1.43 ctvs. Por cada dólar invertido.
4. La viabilidad financiera indica que obtendremos un P.R.I al segundo año de funcionamiento
5. Las estrategias de publicidad son la clave para darse a conocer en el mercado local y nacional.
6. El impacto ambiental del proyecto no dañará el entorno natural y social debido al sector en el que se encuentra ubicado
7. Es indispensable las acciones remediales para evitar contaminación por los desechos orgánicos e inorgánicos producidos por el restaurante.

h. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda la puesta en marcha del proyecto debido a que presenta una alta rentabilidad.
2. Realizar una rotación permanente de los productos a expendirse, para de esta manera no caer en una rutina; que pueda provocar pérdidas de clientes para el restaurante.
3. Realizar una adecuada publicidad con la finalidad que el restaurante se convierta en un proyecto exitoso y se mantenga en el mercado por mucho tiempo.
4. Aplicar las normas de sanidad ambiental para cumplir a cabalidad la no contaminación de la zona.
5. Cumplir con todos los ofrecimientos que se realice a los clientes, considerando que la base de éxito de toda empresa es la honestidad y el cumplimiento.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Otero, J.** Economía de la Empresa: Financiación. Madrid: Universidad Autónoma. 2007.
2. **Armendáriz, Sanz, J. L.** Técnicas de cocina para profesionales. Australia: Paraninfo, 2006.
3. **Felipe, Gallego, J, Peyrolón Melendo, R.** Diccionario de hostelería: Hostelería y turismo, restaurante y gastronomía, cafetería y bar. Australia: Paraninfo, 2004.
4. **Sánchez, Ocaña, R, Madrid Cosesa, J.** Enciclopedia de la nutrición, Editorial Espasa.2006
5. **James, Paul.** Gestión de Calidad Total. 2ª. Ed. Madrid: Prentice Hall. 2000.
6. **Leiva, Z. Francisco.** Nociones de metodología de Investigación Científica. 2ª. Ed. Buenos Aires: Universitaria 2000.
7. **Sapac, Chain, Nassir, Sapac Chain, Reinaldo,** “Fundamentos de Preparación y evaluación de proyectos. Bogotá: Italgraf. 2002,
8. **Ecuador: Ministerio del Ambiente** Estadística De Visitantes Área Protegida: Parque Nacional Cotopaxi. Quito: Subsecretaria de Patrimonio Natural, Dirección Nacional de Biodiversidad 2007 – 2011
9. **ATRATIVOS TURÍSTICOS**
<http://www.monografias.com/trabajos>
2012-01-15

10. EMPRENDEDOR (DEFINICION)

<http://www.monografias.com>

2011 - 12 - 20

11. BAR (CONCEPTO)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Bar>

2012 – 06- 10

12. MERCADO (ESTUDIO)

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

2012 – 02-20

13. EMPRESA (DEFINICION).

<http://www.buenastareas.com/ensayos/>.

2012 – 08 - 20

14. PLAN EMPRESARIAL.

<http://www.promonegocios.net>

2012 – 08– 20

4.- Lugar de Procedencia: Con una X indique su lugar de procedencia.

- a) Localidad
- b) Costa
- c) Sierra
- d) Amazonia
- e) Extranjero

5.- Frecuencia de Consumo: ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

- a) Todos los días
- b) De una a tres veces por semana.
- c) Ocasionalmente
- d) Ninguna

6.- Aceptabilidad: ¿Está Ud. de acuerdo con la creación de un nuevo establecimiento que ofrezca servicio de alimentación?

- a) Si
- b) No

7.- Preferencia De Menú: ¿Escoja las opciones de comidas que Ud. optaría para su consumo?

- a) Comida Típica Ecuatoriana
- b) Internacional
- c) Vegetariana
- d) Ninguna

8.- Precios: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un menú?

- a) \$ 3 a 5 dólares.
- b) \$ 6 a 8 dólares.
- c) \$ 9 o más.

9.- Decoración: ¿Cómo le gustaría que fuera la decoración del establecimiento?

- a) Clásica
- b) Rústica
- c) Tradicional
- d) Otra

10.- Sugerencias / Restaurante: ¿Cuál de las siguientes opciones le gustaría sugerir para el Restaurante?

- a) Buena atención
- b) Precios accesibles
- c) Ambiente familiar
- d) Personal capacitado
- e) Todos los anteriores

11.- Medios de Comunicación: ¿Que medios de comunicación observa o escucha con frecuencia?

- a) Prensa escrita Cual: _____
- b) Radio Cual: _____
- c) Televisión Cual: _____
- d) Revista Cual: _____
- e) Páginas Web

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

DIOS, PATRIA, LIBERTAD.

ANEXO II. AFICHE PROMOCIONAL.



Ven y disfruta de los mas deliciosos platos porque son un delite a tu paladar

No somos los primeros pero si los Mejores

Cantón Mejía, Parroquia Machachi
Barrio Guitig, Calle García Moreno
por el acceso Norte a la Ruta de los Volcanes.

Telefonos: 022314687
0987773735



Elaborado por: Pruna, E. (2012)
Diseñado por: Ingeniería & ARTE Cía. Ltda.