



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

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

**TRABAJO DE TITULACIÓN:**

**Tipo:** Emprendimientos

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA**

**AUTORA:** SILVIA ALEXANDRA FARINANGO FARINANGO

**TUTORA:** ING. SILVIA GABRIELA TAPIA SEGURA

**Riobamba-Ecuador**

**2018**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE SALUD PÚBLICA**

**ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de investigación: Tipo Emprendimientos tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL, EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, 2017”, de responsabilidad de la señorita SILVIA ALEXANDRA FARINANGO FARINANGO, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

**FIRMA                  FECHA**

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

\_\_\_\_\_

Lic. Juan Carlos Salazar Yacelga

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

\_\_\_\_\_

Ing. Rafael-Inty-Salto-Hidalgo

**DOCUMENTALISTA**

\_\_\_\_\_

## **CERTIFICACIÓN**

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

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura

**DIRECTOR**

Lcdo. Juan Carlos Salazar Yacelga

**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Silvia Alexandra Farinango Farinango, declaro que el siguiente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

---

Silvia Alexandra Farinango Farinango

100285290-1

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primero a Dios por la salud y vida. A mi familia por haberme sabido guiar y brindarme siempre su apoyo incondicional, sus consejos, la tenacidad, todo el esfuerzo y confianza depositados en mí. Dejo mi más profunda gratitud y reconocimiento a mi querida institución “ECUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO” por haberme abierto las puertas día a día a superarme con esfuerzo y dedicación. A mis tutores por su paciencia y perseverancia constante inculcándome conocimientos propios para que se haga la realización de este proyecto.

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto va dedicado a mis padres Miguel y María que me dieron la oportunidad de ejercer con mis estudios y de seguir avanzando y hasta ahora con la culminación de mi carrera. A mis hermanos quienes me han demostrado el valor de la responsabilidad, amor y dedicación. A Alex Zumba por su apoyo constante, por enseñarme a vivir y ser feliz en cada momento de mi vida. A mis amigos y amigas por sus locuras, alegrías, apoyo y lucha firme a seguir en mi camino profesional.

## **RESUMEN**

La presente investigación plantea realizar un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tradicional en la ciudad de Riobamba; a través de una descriptiva que se fundamenta en fuentes bibliográficas y de campo para obtener información segura, la cual determino el perfil del cliente a quien va dirigido los productos y servicios; aplicando la encuesta a la ciudadanía, se obtuvo resultados positivos acerca de la implementación de un establecimiento de comida tradicional donde se destaca técnicas temáticas artesanales y que se lo consiga todos los días del año obteniendo así una buena acogida y al alcance del cliente para su satisfacción personal. La viabilidad del estudio de factibilidad y la convergencia con los objetivos planteados se determinó mediante los estudios técnico, legal, administrativo, medio ambiental y financiero en los cuales se detalla claramente los pasos a seguir y las características necesarias para la ejecución del proyecto, con estos estudios se obtuvo los evaluadores financieros como Valor Actual Neto (VAN) 1.572,40. Tasa Interna de Retorno (TIR) 16%, Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) 14,32. Tasa Mínima de Retorno (TMR) 6.293,63. Punto de Equilibrio (PE) 11775,27. Relación Beneficio Costo(B/C) 2,06, demostrando que este estudio es financieramente viable y en base a los resultados positivos de recuperación de capital y ganancias el mismo se consideró económicamente sustentable, concluyendo que el micro emprendimiento posee rentabilidad y sostenibilidad para la ejecución del mismo.

### **Palabras claves:**

<RESTAURANTE>, <COMIDA TRADICIONAL>, <RECETA ESTANDAR>, <TUBERCULOS ANDINOS>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <ACEPTABILIDAD>, <CONSUMIDOR>, <SERVICIO>, <VIABILIDAD>, <EVALUACION FINANCIERA>

## **SUMMARY**

The objective of the present titling work was to carry out a feasibility study for the creation of a traditional restaurant in the city of Riobamba; through a descriptive that is based on bibliographic and field sources to obtain secure information, which determined the profile of the client to whom the products and services are directed; applying the survey to the citizens, positive results were obtained about the implementation of a traditional food establishment where artisanal thematic techniques are highlighted and it is obtained every day of the year obtaining a good reception and within the reach of the client for their personal satisfaction. The viability of the feasibility study and the convergence with the proposed objectives was determined through the technical, legal and administrative, environmental and financial studies in which the steps to be followed and the characteristics necessary for the execution of the project are clearly detailed, with these studies were obtained by the financial evaluators as Net Present Value (NPV) 1.572,40 Internal Rate of Return (IRR) 16% Period of Recovery of Investment (PRI) 14,32 Minimum Rate of Return (TMR) 6.293,63. Break-even point (PE) 11775, 27. Cost Benefit Ratio (B/C) 2, 06, showing that this study is financially viable and based on the positive results of the recovery of capital and profits, it was considered economically sustainable, concluding that micro entrepreneurship has profitability and sustainability for the execution of it.

### **Key Words**

<TECHNOLOGIES AND MEDICAL SCIENCE>, <GASTRONOMOY>, <FEASIBILITY STUDY>, <RESTAURANT>, <TRADITIONAL FOOD>, <STANDARD RECIPE>, <ANDEAN TUBERCES>, <ACCEPTABILITY>, <CONSUMER>, <FINANCIAL EVALUATION>.

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>vi</b>
<b>INDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>1</b>
<b>INDICE DE GRÁFICAS.....</b>	<b>6</b>
<b>INDICE DE ILUSTRACIONES.....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>10</b>
<b>1. ASPECTOS GENERALES .....</b>	<b>10</b>
<b>1.1. Objetivos .....</b>	<b>10</b>
<i>1.1.1 Objetivo general.....</i>	<i>10</i>
<i>1.1.2 Objetivo específico .....</i>	<i>10</i>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>11</b>
<b>2. MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1. Marco teórico.....</b>	<b>11</b>
<i>2.1.1 Historia de la cocina ecuatoriana.....</i>	<i>11</i>
<i>2.1.1.2. Gastronomía.- características.....</i>	<i>13</i>
<i>2.1.2. Gastronomía ancestral.....</i>	<i>17</i>
<i>2.1.3 El primer restaurant.....</i>	<i>20</i>
<i>2.1.4. Estudio de factibilidad .....</i>	<i>26</i>
<b>2.2. Marco conceptual.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1. Tipo y diseño de la investigación.....</b>	<b>31</b>
<b>3.2. Técnicas de recolección de datos.....</b>	<b>31</b>
<b>3.3. Segmento de mercado .....</b>	<b>32</b>
<b>3.4. Universo .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5. Muestra .....</b>	<b>33</b>
<b>3.6. Tabulación y análisis de resultados .....</b>	<b>34</b>
<b>CAPÍTULO IV. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1. Identificación de la Idea.....</b>	<b>46</b>
<i>4.1.2 Lluvia de ideas .....</i>	<i>47</i>
<i>4.1.3 Selección y evaluación de la idea .....</i>	<i>47</i>
<i>4.1.4 Evaluación Final de las ideas .....</i>	<i>48</i>

4.1.5 Descripción de la idea seleccionada.....	48
<b>4.2. Justificación</b> .....	49
4.2.1 Nombre del emprendimiento .....	49
<b>4.3. Descripción del emprendimiento</b> .....	50
4.3.1 Misión.....	50
4.3.2 Visión .....	50
4.3.3 Políticas .....	50
4.3.4 Estrategias .....	50
4.3.5 Valores y principios .....	51
4.3.1.1. Distingos y ventajas competitivas .....	51
4.3.2. Aplicación del FODA.....	52
4.4. Estudio de Mercado.....	53
4.4.1 Demanda .....	53
4.4.2 Oferta .....	54
4.4.3 Demanda insatisfecha .....	55
4.4.4 Mix de mercado.....	56
4.4.4.1 Producto.....	56
4.4.4.3 Plaza.....	58
4.4.4.4 Promoción.....	59
4.4.5 Análisis del sector .....	59
4.4.6. Cargos y funciones del área comercial.....	60
4.4.7. Determinación de inversiones y gastos del área comercial.....	61
<b>4.5. Estudio Técnico</b> .....	61
4.5.1 Determinación del tamaño de la empresa.....	61
4.5.2 Capacidad del emprendimiento .....	62
4.5.3 Localización .....	63
4.5.4 Proceso de producción.....	65
4.5.5 Diagrama de flujo .....	65
4.5.6 Recetas estándar .....	67
4.5.7 Requerimiento de Talento Humano .....	69
4.5.8 Diseño de la planta .....	71
4.5.9 Estructura de costos de producción.....	71
4.5.10 Determinación de activos fijos para producción .....	73
4.5.11 Programa pre operativo.....	74
4.5.12 Mano de obra directa.....	75
4.5.13 Costos Indirectos de fabricación .....	75

<b>4.6. Estudio Administrativo, Legal y Ambiental .....</b>	<b>75</b>
4.6.1 Organización.....	75
4.6.1.1 Organigrama Estructural.....	76
4.6.1.2 Organigrama Funcional .....	77
4.6.3 Proceso de Selección y contratación del talento humano.....	79
4.6.4 Manual de funciones .....	81
4.6.5 Marco Legal.....	81
4.6.6 Permisos requeridos para su funcionamiento.....	82
4.6.6 Mitigar el impacto ambiental.....	86
4.6.6.1. Acciones remediales.....	88
<b>4.7 Estudio Financiero .....</b>	<b>89</b>
4.7.1 Análisis de la inversión .....	89
4.7.1.1 Fuentes y usos .....	90
4.7.2 Presupuestos .....	91
4.7.2.1 Presupuestos de costos de producción.....	91
4.7.2.2 Presupuesto de gastos de administración .....	93
4.7.2.3 Presupuesto de gastos de ventas .....	93
4.7.2.4 Presupuesto de gastos financieros .....	94
4.7.3 Proyección de ventas.....	94
4.7.4 Estado de Ganancias y Pérdidas .....	96
4.7.5 Estado de Situación Financiera .....	96
4.7.6 Estado de Flujo del Efectivo .....	97
4.7.8 Evaluación Económica.....	97
4.7.9 Evaluación Financiera.....	98
4.7.10 Evaluación Social .....	102
4.7.11 Evaluación Ambiental .....	102
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>108</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 3-1:</b> Estratificación.....	34
<b>Tabla 3-2:</b> Aceptabilidad del restaurante tradicional .....	34
<b>Tabla 3-3:</b> Come fuera de casa.....	35
<b>Tabla 3-4:</b> Frecuencia de asistencia a un restaurante .....	36
<b>Tabla 3-5:</b> Plato de preferencia del restaurante tradicional.....	37
<b>Tabla 3-6:</b> Entrada mientras espera su plato en el restaurante .....	38
<b>Tabla 3-7:</b> Publicidad del restaurante tradicional.....	39
<b>Tabla 3-8:</b> Cuanto gasta al salir a un restaurante .....	40
<b>Tabla 3-9:</b> Que le gustaría encontrar en un restaurante tradicional.....	41
<b>Tabla 3-10:</b> Conoce sobre restaurantes que brinden este tipo de menú .....	42
<b>Tabla 3-11:</b> Cual comida tradicional le simpatiza en un restaurante .....	42
<b>Tabla 3-12:</b> Con quien come en un restaurante.....	43
<b>Tabla 3-13:</b> Le gustaría visitar un nuevo restaurante .....	44
<b>Tabla 4-1:</b> Lluvia de ideas para la selección de ideas .....	47
<b>Tabla 4-2:</b> Selección de las ideas .....	47
<b>Tabla 4-3:</b> Evaluación final de las ideas .....	48
<b>Tabla 4-4:</b> Nombre del emprendimiento .....	49
<b>Tabla 4-5:</b> Análisis FODA .....	52
<b>Tabla 4- 6:</b> Demanda proyectada .....	53
<b>Tabla 4-7:</b> Oferta.....	54
<b>Tabla 4-8:</b> Demanda insatisfecha.....	55
<b>Tabla 4-9:</b> Cargo y función del área comercial.....	60
<b>Tabla 4-10:</b> Determinación de inversiones y gastos del área comercial .....	61
<b>Tabla 4-11:</b> Gasto del área comercial .....	61
<b>Tabla 4-12:</b> Capacidad del emprendimiento .....	62
<b>Tabla 4-13:</b> Diagrama de flujo .....	65
<b>Tabla 4-14:</b> Receta estándar .....	67
<b>Tabla 4-15:</b> Ficha profesiográfica .....	69
<b>Tabla 4-16:</b> Ficha profesiográfica .....	69
<b>Tabla 4-17:</b> Ficha profesiográfica .....	70
<b>Tabla 4-18:</b> Consumo de servicios básicos .....	71
<b>Tabla 4-19:</b> Consumo de mantenimiento .....	72
<b>Tabla 4-20:</b> Costo de materia prima.....	72
<b>Tabla 4-21:</b> Determinación de activos fijos .....	73
<b>Tabla 4-22:</b> Depreciación.....	73
<b>Tabla 4-23:</b> Programa Pre Operativo .....	74
<b>Tabla 4-24:</b> Mano de obra directa .....	75
<b>Tabla 4-25:</b> Costos indirectos de fabricación.....	75
<b>Tabla 4-26:</b> Requerimiento de talento humano .....	79
<b>Tabla 4-27:</b> Requerimiento de talento humano .....	80
<b>Tabla 4-28:</b> Requerimiento de talento humano .....	80
<b>Tabla 4-29:</b> Permisos de funcionamiento.....	82
<b>Tabla 4-30:</b> Mitigación del Impacto Ambiental.....	87

<b>Tabla 4-31:</b> Acciones remediales .....	88
<b>Tabla 4-32:</b> Análisis de la inversión .....	89
<b>Tabla 4-33:</b> Fuentes y Usos.....	90
<b>Tabla 4-34:</b> Total de la inversión .....	91
<b>Tabla 4-35:</b> Amortización del préstamo.....	91
<b>Tabla 4-36:</b> Presupuesto de costo de producción.....	91
<b>Tabla 4-37:</b> Presupuesto de gasto de la administración .....	93
<b>Tabla 4-38:</b> Presupuestos de gastos de ventas.....	93
<b>Tabla 4-39:</b> Presupuesto de gastos financieros .....	94
<b>Tabla 4-40:</b> Proyección de ventas .....	94
<b>Tabla 4-41:</b> Estado de ganancias y pérdidas .....	96
<b>Tabla 4-42:</b> Estado de Situación Financiera.....	96
<b>Tabla 4-43:</b> Estado de Flujo del Efectivo.....	97
<b>Tabla 4-44:</b> Flujo Neto del Efectivo .....	98
<b>Tabla 4-45:</b> Valor Actual Neto.....	99
<b>Tabla 4-46:</b> Tasa Interna de Retorno.....	99
<b>Tabla 4-47:</b> Relación Beneficio Costo .....	100
<b>Tabla 4-48:</b> Periodo de la recuperación de inversión.....	100
<b>Tabla 4-49:</b> Punto de Equilibrio.....	101
<b>Tabla 4-50:</b> Punto de Equilibrio.....	101
<b>Tabla 4-51:</b> Evaluación Social .....	102
<b>Tabla 4-52:</b> Evaluación Ambiental .....	102
<b>Tabla 4-53:</b> Acciones remediales .....	103

## INDICE DE GRÁFICAS

<b>Gráfico 3-1:</b> Aceptabilidad del restaurante tradicional .....	35
<b>Gráfico 3-2:</b> Come fuera de casa.....	36
<b>Gráfico 3-3:</b> Frecuencia de asistencia a un restaurante .....	37
<b>Gráfico 3-4:</b> Plato de preferencia del restaurante.....	38
<b>Gráfico 3-5:</b> Entrada de plato mientras espera.....	39
<b>Gráfico 3-6:</b> Publicidad del restaurante.....	39
<b>Gráfico 3-7:</b> Gasto al salir a un restaurante.....	40
<b>Gráfico 3-8:</b> Que le gustaría encontrar en un restaurante tradicional .....	41
<b>Gráfico3- 9:</b> Conoce otros restaurantes que brinden este tipo de menú.....	42
<b>Gráfico 3-10:</b> Que comida tradicional le agrada mas.....	43
<b>Gráfico 3-11:</b> Con quien suele salir a un restaurante .....	44
<b>Gráfico 3-12:</b> Le gustaría conocer otro restaurante.....	45
<b>Gráfico 4-1:</b> Demanda proyectada .....	54
<b>Gráfico 4-2:</b> Oferta.....	55
<b>Gráfico 4-3:</b> Demanda insatisfecha.....	56
<b>Gráfico 4-4:</b> Punto de equilibrio .....	101

## INDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 4-1 :</b> Logo del restaurante.....	57
<b>Ilustración 4-2:</b> Tarjeta de presentación (tiro).....	58
<b>Ilustración 4-3:</b> Tarjeta de presentación (retiro).....	58
<b>Ilustración 4-4:</b> Mapa Ecuador .....	63
<b>Ilustración 4-5:</b> Cantón Riobamba .....	63
<b>Ilustración 4-6:</b> Ubicación del restaurante.....	64
<b>Ilustración 4-7:</b> Diseño de la planta.....	71

## **INDICE DE ANEXOS**

**Anexo A:** Encuesta

**Anexo B:** Carta menú

**Anexo C:** Tríptico

**Anexo D:** Afiche

**Anexo E:** Receta estándar

**Anexo F:** Manual de funciones

## INTRODUCCIÓN

El proyecto es un emprendimiento que con la investigación de mercado arroja, información relevante sobre la clientela potencial existente en el área de estudio, la competencia directa, los lineamientos para establecer un restaurante y del servicio que ofrecen, pues está basado en un profundo estudio de las necesidades y requerimientos que tienen los turistas nacionales y extranjeros para satisfacer con calidad la necesidad básica como es la alimentación; además de un estudio financiero, el cual ayuda a determinar la rentabilidad del mismo.

El presente proyecto busca determinar el grado de factibilidad para crear un restaurante tradicional y turístico al mismo tiempo rentable, que además de cubrir la necesidad alimenticia de los turistas locales y nacionales que visiten la ciudad de Riobamba, brinden una satisfacción rica en cultura y esparcimiento social. Además se espera con la implementación de estrategias, obtener una rentabilidad ascendente en el tiempo basándose en la atención y servicios de calidad, y esperando que el flujo de visitantes del restaurante crezca mensualmente.

A pesar de ser un país pequeño, la gastronomía de Ecuador es bastante variada, esto se Nuestros antepasados inmigrantes se plantaron aquí precisamente porque hallaron un medio generoso para su subsistencia: llanuras y florestas tropicales generosas de frutos, valles interandinos templados y benignos para la agricultura, cacería abundante (Long, 2003).

Ya que, es un país con el medio equinoccial que atrapó al hombre, y lo prodigó hasta hacerlo sedentario y le imprimió carácter y costumbres. Pero en donde se muestra más espléndido ese realismo mágico es en sus instrumentos de cocina: ollas, cazuelas, cántaros, piedras para moler, tiestos de asado, extractores de jugo, cedazos, ralladores, moldes para hacer panes con figura de guaguas que endulzan las tareas y aligeran cansancios.

## CAPÍTULO I

### 1. ASPECTOS GENERALES

#### 1.1. Objetivos

##### *1.1.1 Objetivo general*

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional, en el Cantón Riobamba, Provincia de Chimborazo.

##### *1.1.2 Objetivo específico*

- Realizar el estudio de mercado para identificar la demanda y la oferta de comida Tradicional Ecuatoriana de la Región Sierra.
- Identificar las principales preparaciones de la gastronomía tradicional ecuatoriana del cantón Riobamba con mayor aceptabilidad.
- Determinar métodos, técnicas y utensilios culinarios a utilizar en el estudio técnico.
- Determinar el estudio Técnico, Administrativo, legal, y financiero del proyecto.
- Analizar la viabilidad económica, financiera, ambiental y social del proyecto determinando su factibilidad.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

#### 2.1. Marco teórico

##### 2.1.1 *Historia de la cocina ecuatoriana*

Nuestros antepasados inmigrantes se plantaron aquí precisamente porque hallaron un medio generoso para su subsistencia: llanuras y florestas tropicales generosas de frutos, valles interandinos templados y benignos para la agricultura, cacería abundante (Long, 2003).

El medio equinoccial atrapó al hombre, se prodigó hasta hacerlo sedentario y le imprimió carácter y costumbres. Este, a su vez, se integró mansamente a la naturaleza y se contagió pronto con su sensualidad y exuberancia. Su herencia arqueológica revela claramente esa sensualidad forjada por el medio, abundante de formas y de gozo vital, plagado de usos múltiples (Long, 2003).

Pero en donde se muestra más espléndido ese realismo mágico es en sus instrumentos de cocina: ollas, cazuelas, cántaros, piedras para moler, tiestos de asado, extractores de jugo, cedazos, ralladores, moldes para hacer panes con figura de guaguas que endulzan las tareas y aligeran cansancios.

En base a tres productos de la tierra -maíz, papas, porotos- los antiguos moradores de los Andes construyeron una mesa admirable. Con el maíz lograban platos múltiples: tostado, canguil, mote, mazamorra y tortillas. Los choclos, por su parte, se cocinaban tiernos, algo duros para el choclo mote o se molían para elaborar esa delicia culinaria que es el chumal o humita. Con la harina del germen disecado se elaboraba chicha y excelente vinagre, y de las cañas tiernas se obtenía una miel de buena calidad (Long, 2003).

Las papas, por su parte, se comían cocidas, asadas, en puré o servían de base para platos sabrosos como los llapingachos o los locros. A su vez, los porotos se cocinaban tiernos o maduros y enriquecían ollas familiares junto a cuyes, nabos, achogchas y condimentos varios.

En realidad, las carnes de la cocina indígena serrana provenían mayoritariamente de la caza y más escasamente de la ganadería. Sin embargo, su variedad no era desconsiderarle: llamas, guanacos, venados, cuyes, conejos, dantas, pavas, tórtolas, perdices, codornices, garzas, patos y gallaretas.

La comida ecuatoriana actual es, pues, el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sustancias y costumbres de varios continentes, mezcladas sabiamente en el crisol del buen gusto popular. Una cultura auténtica, macerada por siglos, en la que nada falta salvo, quizá, un vino generoso y de factura propia.

Hoy, como ayer, nuestra cocina sigue entusiasmando a propios y extraños. Y es que sería imposible el no conmoverse con nuestras incontables exquisiteces.

En estas palabras no hay sino orgullo legítimo y humilde reconocimiento de lo que el pueblo ecuatoriano adobó con sus manos y su ingenio. Ninguna mejor prueba de esa labor de siglos que el derroche de géneros y estilos o la profusión de detalles secretos que afluye diariamente a nuestra mesa.

## 1. Gastronomía.- generalidades

Gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno). Gastrónomo es la persona que se ocupa de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida (Monroy, 2004)

Como podemos observar la gastronomía no sólo tiene relación con la comida, sino que también con las distintas culturas que existen en la tierra. Por lo que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de los países. Por esto podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. Es así que hablamos de la gastronomía francesa, italiana, china, mexicana, española etc., las mismas que se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino también por su excelencia en la preparación de diversos platos. Los cuales han logrado imponerse, en paladares nacionales e

internacionales de la más alta exigencia tratándose de sabor y distinción por la presentación (Monroy, 2004).

Es por todo aquello, que existen estudios de gastronomía, los cuales se ven reflejados en diversa literatura. Y es que en la gastronomía, uno puede ver una gran gama de elementos o materias, las cuales confluyen dentro del término. Podemos señalar a la historia, la sociología, la antropología, diversas artes, el estudio de los alimentos por parte de la agronomía, etc. Todos elementos o materias presentes en la cultura arraigada de una nación. La cual, con el paso de los siglos, va dando forma a la gastronomía típica de aquel país o región.

Se sabe que existen estudios de gastronomía, que datan del siglo XIX, incluso antes. Los cuales no se reducían a transcribir de manera sistemática, varias recetas. Sino que un estudio más acabado acerca de la comida como tal.

#### *2.1.1.2. Gastronomía.- características*

La gastronomía siempre se caracteriza por ser particular y casi privativa de una región en especial, ya que el modo en que algunos platos se preparan en un país puede ser completamente diferente en otro país. Muchas veces las diferencias pueden darse dentro de regiones de un mismo país dependiendo del tipo de recursos con los que se cuenta. Es por esto que la gastronomía se relaciona directamente con el medio ambiente natural, pero a su vez con aspectos sociológicos, históricos, filosóficos y antropológicos de cada región. En algunos casos, la gastronomía también puede ser comprendida desde el lugar de las matemáticas, física o química de acuerdo a los eventos que se den en cada situación culinaria (Monroy, 2004)

Mientras que para las artes culinarias el rol de cocinero es de gran importancia, para la gastronomía no lo es tanto, sino que tal lugar lo ocupa el gourmet. El gourmet es alguien que, además de contar con las técnicas y herramientas para cocinar, también cuenta con capacitación cultural e intelectual relativa a la producción de platos y su vínculo con la cultura o medio en el cual se elaboran. El gourmet no repite recetas si no que busca relaciones entre el uso de ciertos ingredientes, sus sabores, sus métodos de cocción y las situaciones sociales en las que tales comidas se disfrutan (Monroy, 2004).

El planeta nos ofrece un sinfín de diversos tipos de gastronomía. Mientras que las gastronomías europeas o norteamericanas son quizás las más ampliamente difundidas, también se puede reconocer fácilmente la gastronomía de tipo asiática, mexicana, sudamericana y árabe. Cada una

de ellas cuenta con un tipo especial de ingredientes, así también como preparaciones, métodos de cocción y con situaciones características en las cuales cada tipo de plato se disfruta socialmente.

### La gastronomía ecuatoriana

A pesar de ser un país pequeño, la gastronomía de Ecuador es bastante variada, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, Andes, Amazonía e insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones.

Con el paso de los años, la cocina ecuatoriana no deja de sorprender a propios y a extraños por su gran riqueza y autenticidad de sabores propios que devienen de una variada cultura gastronómica. La comida ecuatoriana actual es, el resultado de una rica tradición culinaria, en la que se combinan sustancias y costumbres mezcladas sabiamente (Goligorsky, 2008)

“Hay que seguir con lo tradicional, usar los mismos ingredientes, conservar el mismo sabor combinado con sabor y frescura”. Juan Carlos Ordoñez, Chef Ejecutivo de Síbaris Catering.

Una cultura culinaria marcada por siglos ha permitido que los ecuatorianos aún conserven sus gustos por la comida de su país. “Más allá de las fiestas tradicionales, muchas familias tienen por costumbre comer por lo menos una vez a la semana un plato típico, eso es muy bueno porque permite afianzar aún más las raíces con gustos y sabores de antaño”. (Goligorsky, 2008)

Un gran paso, sería que el Ecuador se posicionara en el mapa culinario latinoamericano dado que se tienen las facultades y las características para que a corto plazo el país se destaque por su calidad gastronómica (Goligorsky, 2008).

La gastronomía ecuatoriana no es más que una exquisita fusión de sabores para deleitar el paladar exigente de los ecuatorianos y extranjeros. Cabe mencionar que la cocina ecuatoriana significa variación, por el sin número de platos típicos de las diferentes regiones del país, tomando muy en cuenta que todo es creación y herencia de sus antepasados. Ecuador es un país tan rico que tiene el privilegio de gozar con exquisitos mariscos, granos, frutas y legumbres que sin duda alguna son manjares dignos de exportación (Goligorsky, 2008)

Ecuador, es un país empapado con una biodiversidad pocas veces vista en territorios similares, es dueño de una gran riqueza cultural fruto del concurso y fusión con otras culturas, cuya influencia conjugada con la creatividad de nativos y extraños ha logrado sabores y aromas propios de una nueva tierra y de una evolución constante. En el patrimonio cultural de un pueblo son parte importante las tradiciones culinarias, así como las leyendas, refranes y coplas, la música y muchas

manifestaciones que dan cuenta de la forma de ser de sus habitantes. La gastronomía ecuatoriana es conocida, entre otros, por la excelente calidad de sus pescados y mariscos, por la gran variedad de papas andinas y por sus fabulosas frutas.

A lo largo y ancho del país, la gama de platos regionales y nacionales es sumamente variada y de gran sabor. Es difícil delimitar el origen exacto de algunos platos o delimitar el área de consumo. Más allá de ciertas variantes locales, existen comidas y bebidas difundidas en todo el territorio. Con café y cacao, pescado y mariscos, además de deliciosas frutas tropicales, tenemos la bendición de saborear los más variados y deliciosos platos de nuestro país, como son: la guatita, el biche, el famoso ceviche, el espectacular jugo de badea, además de disfrutar de guayabas, guabas, ovos, cacao, aguacates, tunas, piñas, camarones, un sin número de crustáceos y muchos otros productos que sirven tanto para la exportación como para el consumo y la satisfacción interna de los habitantes del país (Goligosrsky, 2008).

#### Variedad gastronómica del Ecuador

**Pescado:** El pescado que suele comerse en la costa ecuatoriana es conseguido de las aguas del Océano Pacífico o de las innumerables rías navegables de la zona. Entre los principales pescados se encuentran la corvina y la trucha. Algunos de los platos populares con pescado son: los carapachos rellenos, sopa marinera, ceviches de pescado, corviches, etc. Un plato típico de la costa se llama Encebollado de pescado (Rafael Lozano Leal, 2014).

**Plátano:** Ecuador es un fuerte país exportador de plátano, por lo que este representa un importante elemento en la gastronomía, en especial en la costa ecuatoriana. Existen tres principales variedades de plátano, siendo las tres más importantes: el plátano verde, el plátano maduro y el guineo. El plátano verde suele comerse frito o hervido, es de un sabor salado y de consistencia dura. El plátano maduro suele comerse frito o hervido de igual manera, tiene un sabor más dulce y una consistencia más suave y el "guineo" suele comerse crudo como una fruta cualquiera, aunque también hay una variedad de postres preparados a base del guineo (Leal, 2014)

**Verduras y Legumbres:** Las verduras están presentes en diferentes formas, el arroz, el plátano verde o maduro, la yuca, o la salsa de maní (cacahuete) tostado y molido. El maíz se suele comer en las muy populares tortillas de maíz conocidas como bonitísimas, cocinan los choclos (elotes) en agua y sal, las mazamorras y los comen con queso fresco. Igual los frijoles, que acompañan a muchos de sus platos. El Puré de papas o lo sirven de base para platos como los llapingachos que son tortillas de papa o los locros.

Carnes: Se suele comer carne de vaca, cordero y cabra. Algunos platos se combinan con verduras como el seco que son trozos de carne servida con arroz. Dentro de los platos exóticos se tiene el cuy, que suele comerse asado en las celebraciones de ciertas partes del país. La carne de chanco (cerdo, lechón, cachorro) se come en varios lugares del país, participa en la elaboración de diversos platos, algunos de ellos como fritada, hornado, chugchucaras (Tote, 2015).

Es de destacar de la cocina de Ecuador los caldos (conocidos como sopas o locros) que suelen prepararse con verduras muy diversas y carne de gallina, son frecuentemente servidos en los mercados callejeros como desayuno. Algunos de ellos son muy populares como el yaguar loco que es una sopa de papas que lleva como ingrediente borrego y una salsa especial, que visitando el Ecuador sabrá degustar (Tote, 2015).

### Platos Tradicionales Ecuatorianos de la Región Sierra

#### Platos Principales para el restaurante

- Fritada
- Quimbolito
- Humitas
- Ceviche de chochos
- Mellocos con habas cocinadas
- Hornado
- Llapingachos
- Cuero con papas
- Yahuarlocro
- Caldo de pata
- Papas con cuy
- Caldo de Gallina Criolla
- Tortillas en piedra
- Morocho
- Colada morada
- Rompenuca de mora, tomate y naranjilla
- Café pasado

### ***2.1.2. Gastronomía ancestral***

La unión de sabores e ingredientes que se transmiten de generación en generación, de madres e hijas logró el reconocimiento al mestizaje de sabores de una gastronomía ancestral, milenaria con una enorme cantidad de ingredientes autóctonos y que se mantiene vigente (XIMENA, 2012).

#### **2.1.2.1 Utensilios para la elaboración de platos ancestrales**

La enorme cantidad de artefactos encontrados en el registro arqueológico dan a entender el amplio uso y la importancia de las cocinas así tenemos dentro de la batería de cocina:

2 pundos de barro para preparar y guardar chicha

3 ollas de barro o chambelas para cocinar

1 olla zapatiforme para cocinar

1 olla trípode

1 tecomate para cocer tortillas (más grande que el tiesto)

1 o 2 tiestos de barro para tostar maíz (tostado y chulpi)

1 horcón para asar cuyes

1 mortero o piedra para pimienta y comino

1 piedra de moler ají o uchu-rumy

2 manos de moler (piedras redondas para moler)

1 metate para moler granos (piedra de mayor tamaño que la anterior) hecha en basalto

Mano para metate (piedra alargada para molienda de granos)

2 o 3 shigras para guardar frutas

6 pilches entre grandes y pequeños como contenedores de alimentos crudos y cocidos

1 harnero para cernir harina o quitar afrecho

Ollas cigomorfas para guardar vegetales (BENITEZ Cilyan, 2009).

## **Herramientas**

Dentro de la cocina también encontramos varios utensilios que servían para facilitar el trabajo en el momento de la cocción así por ejemplo:

2 maza cuchara de palo para usar en la cocción

6 guaguas cuchara de palo como instrumento de servicio y para mezclas reducidas

2 cuchillos de obsidiana

1 cuchillo de basalto

1 hacha de basalto

1 punzón para suavizar y adobar la carne

1 soga colgada sobre el fogón para guardar alguna carne ahumada

1 colador de barro de boca y cuerpo ancho, con agujeros en el fondo

1 pucunero.- vara larga de madera, usada para avivar el fuego en el horno

1 pitina o tupidor, para deshojar las mazorcas antes de su cocción.

1 rallador.- utensilio con incrustaciones de piedra o de concha en el fondo interno, para desmenuzar o restregar géneros grandes y convertirlos en trozos pequeños

## **Vajilla**

6 platos de barro

2 ponedos para agua

4 bateas pequeñas

1 batea grande

6 cucharas de madera o de concha y madera para comer

Mates, utilizados como platos soperos

Vingu o azafate; batea hecha de calabaza (huampuro angara); utilizado como plato trincherero

Cucharillas confeccionadas con hueso de camélido

1 compotera para poner fruta

6 cuencos usados como platos soperos o cevicheros

#### 2.1.2.2 Métodos y técnicas de cocción

##### ***Método de Calor Seco o por Concentración***

En éste método los alimentos son expuestos a una alta temperatura directa que genera rápidamente una corteza y provoca que la cocción se provoque por el movimiento interno de la propia humedad del producto, o sea, para tener una cocción de calor seco requerimos temperaturas por sobre los 150°C, por lo tanto el alimento genera una corteza rápidamente debido a la deshidratación rápida que se produce, pero como el agua hierve sólo a 100°C toda la humedad interna del producto comenzará subir su temperatura encerrada en el alimento y eso generará la cocción del mismo y se concentrarán sus sabores.

Técnicas de Cocción Seca: Asado a la parrilla, asado al horno, grillado, plancha, salteado, fritura, fritura profunda (Camus, 2014).

##### ***Método de Calor Húmedo o por Expansión***

Se llama por expansión porque, a diferencia del anterior, los productos están sometidos a un medio húmedo en el cual se genera una transferencia de sabores o propiedades, las técnicas del método húmedo nunca superan los 100°C correspondientes a la ebullición del agua. La característica de los productos cocinados por este medio es que no generan costra y su superficie es tan suave como su interior, además conservan el sabor primario del alimento ya que no cambian su sabor por los

cambios químicos provocados por el calor directo, pero pierden o ganan sabor dependiendo el medio en que estén cocinados (agua, agua con sal, caldos, infusiones, etc.).

Técnicas de Cocción Húmeda: Hervido, pochado, blanqueado, vapor, blanqueado a la inglesa.

### **Método de Calor Mixto o Combinado**

Este método utiliza ambos calores, y pueden ser usados de manera alternada sin importar el orden, por ejemplo, primero calor seco y luego húmedo y viceversa. Generalmente se utiliza en cocciones largas, en donde los productos son sellados para generar sabor y luego se cocinan en líquido. También pueden ser cocidos por calor húmedo en un inicio y al final con calor seco para generar costra o caramelización.

Técnicas de Cocción Mixta: Estofado, Braseado, Guisado.

#### ***2.1.3 El primer restaurant***

La historia del primer lugar en servir comida a clientes data del siglo XVI, en cuya época abundaban las hosterías de alojamiento pero sin servicios alimenticios, fue cuando la demanda los ingenió a dar comidas sencillas como sopas y guisos en sus hostales logrando una muy buena aceptación y al nacimiento de un negocio. Recibió el nombre de restaurant derivado del francés “restaurer” o sea restaurar en modo de descanso y alimento.

Pero los restaurants no serían lo que son hoy gracias a la revolución francesa del siglo XVIII, ya que el pueblo luchaba en contra del abuso social por parte de reyes, ya que les quitaban sus alimentos y cosechas para quedarse con los restos, y ellos querían comer lo que ellos comían. Después de años de batallas los cocineros reales abandonaron los palacios y llegaron a los restaurants para comenzar con sus doctrinas de platillos y estilos de trabajo. Las personas acudían a estos lugares a deleitarse con la gama de manjares y exquisiteces servidas en los diversos locales, fue así como fueron popularizándose y expandiéndose por el mundo con diversos estilos culinarios (Mary, 2012).

### 2.1.3.1 Restaurantes

Se entiende por restaurante un establecimiento donde se ofrece un menú, se presta un servicio y atención de calidad dentro de una atmosfera agradable. El termino se deriva del latín restaurare que quiere decir recuperar o restaurar (Gaspar, 2017).

#### Tipos de restaurantes

Los restaurantes, atendiendo a sus características, instalaciones, mobiliario, equipo y por la calidad y cantidad de servicios que ofrecen son clasificados en las siguientes categorías, cinco, cuatro, tres dos y un tenedor (Larousse, 2009).

#### Restaurantes de lujo (cinco tenedores)

Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y, contar con políticas internas y externas para su manejo.

Los restaurantes de este tipo son adornados generalmente con maderas muy finas, las mesas y las sillas deben estar acordes a la decoración; alfombras de muy buena calidad, la música (viva o ambiental) debe ser suave, las luces (focos y lámparas) deben ser graduables y el aire acondicionado debe ser controlado por termostato.

Los alimentos y las bebidas tienen obligatoriamente que ser de la más alta calidad, la higiene debe reinar en todas las áreas: frente, salón, cocina, baños y, por último, el personal debe estar debidamente uniformado.

El personal de servicio además de estar capacitado para cada función debe ser entrenado periódicamente para garantizar un servicio eficiente y elegante. Además se deberá contar con:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Guardarropa y vestíbulo o sala de espera.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Teléfono en cabinas aisladas y teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Aire acondicionado.

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

#### Restaurantes de primera (cuatro tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal.
- Sala de espera.
- Guardarropa (en países fríos).
- Teléfono inalámbrico.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Aire acondicionado, calefacción y refrigeración.
- Mobiliario y decoración de primera calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

#### Restaurantes de segunda (tres tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Guardarropa.
- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Mobiliario de calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros.

- Cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior.
- Carta en consonancia con la categoría del establecimiento.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

#### Restaurantes de tercera (dos tenedores)

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

#### Restaurantes de cuarta (un tenedor)

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

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

## Grill-room o parrilla

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 Buffet

A mediados de la década de los 70"s apareció en los hoteles la tendencia de los restaurantes exclusivos para buffet. Esta modalidad ha servido de gran ayuda para poder alimentar a grandes grupos de turistas en los hoteles con servicios de "Todo Incluido". Estos comedores, en los hoteles de playa son de gran dimensión y para colocar las bandejas con los diferentes tipos de alimentos constan de varios displays especiales con calentadores y refrigeradores integrados para mantener los alimentos a la temperatura adecuada (Iribe, 2017).

## Restaurantes de especialidades (temáticos)

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

## Restaurante de comida rápida (fast food)

Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, patatas fritas, pizzas o pollo. Algunas de las cadenas de restaurantes más conocidas son: McDonald's, Burger King, Wendy's, KFC, Pizza Hut, Domino's pizza, Taco Bell o Telepizza.

## 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.

#### Comida para llevar o take away

Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición. El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús. Dentro de los take away podemos encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los fast food, la vajilla y el menaje que se usa son recipientes desechables. Un ejemplo son las rosticerías, los asaderos de pollos, etc.

#### Tipos de servicio

##### 1. Servicio a la francesa.

Los alimentos se presentan en bandejas o fuentes por la izquierda del comensal, y el propio invitado se sirve en su plato, con los cubiertos o tenazas que se presentan en la fuente para tal fin. Nunca el comensal debe utilizar los cubiertos propios o que están en la mesa para servirse los alimentos (Brito, 2010).

Este servicio es más lento que el servicio a la inglesa. El costo de este servicio suele ser más alto si hablamos de un restaurante, debido a que es necesario más personal de servicio. Este servicio es utilizado mucho a nivel diplomático, es muy elegante, una ventaja es que el comensal se sirve lo que quiere y la cantidad que desea, pero un defecto es que el comensal o invitado debe tener una idea del uso de este tipo de servicio, sino lo pondrán en gran vergüenza e incluso correr el riesgo de echarse la comida encima (Rivadeira, 2010).

##### 2. Servicio a la inglesa.

Los alimentos se presentan en una fuente al comensal, por su lado izquierdo, y el camarero con cubiertos adecuados, sirve los alimentos. Este tipo de servicio es más rápido que el servicio a la francesa. Una ventaja que hay, es que el camarero o camarera sirve los alimentos sin crearle

molestia al comensal, y la desventaja es que el comensal tiene que regirse a la porción que le sirvió el camarero.

### 3. Servicio a la rusa.

El servicio de mesa se hace al lado del propio cliente en un carrito auxiliar o gueridón. Los alimentos se preparan al lado del cliente. Es un servicio muy exclusivo. Es un servicio que prácticamente está desapareciendo. Una ventaja es que se suele sorprender al comensal con este tipo de servicio. Una desventaja es que el camarero tiene que tener cierta destreza en este tipo de servicio.

### 4. Servicio Gueridón.

Se diferencia del servicio a la rusa, ya que el servicio de Gueridón suele consistir en la mayor parte de los casos, en servir un plato ya cocinado que se presenta en una fuente. Se muestra y luego en la mesa auxiliar o gueridón prepara el camarero o camarera las raciones individuales para servir al comensal, siempre por su derecha. La ventaja es que cada comensal puede sugerir al camarero que es lo que desea y que no. Una desventaja es que al servir al plato, estos queden sucios con alguna salsa, o no queden tan bien presentados al rato de servir (Antonio, 2010).

### 5. Servicio de emplatado o directo (a la americana).

Este servicio también es conocido como servicio a la americana. La comida se monta y se sirve en los platos al interior de la cocina y sale servida directamente a la mesa del comensal. Se sirve por la derecha del comensal. Es el servicio más rápido de todos los descritos.

#### ***2.1.4. Estudio de factibilidad***

“El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuesto, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y confiabilidad depende de la profundidad que se realice tanto los estudios técnico como los económicos financieros y de mercado y otros que requieran” (Santos, 2008)

## Objetivos del estudio de factibilidad

- Saber si podemos producir algo.
- Conocer si la gente lo comprara.
- Saber si lo podemos vender
- Definir si obtendremos ganancias o pérdidas.
- Definir en qué medida y cómo, se integrara la mujer en condiciones de equidad.
- Definir si contribuirá con la conversación, protección y restauración de los recursos naturales y el ambiente.
- Decidir si lo hacemos o buscamos otro negocio.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aprovechar al máximo los recursos propios.
- Reconocer cuales son los puntos débiles de la empresa y reforzarlos.
- Aprovechar las oportunidades de financiamiento, asesoría y mercado.
- Tomar en cuenta las amenazas de contexto o entorno y subrayarlas.
- Iniciar un negocio con el máximo de seguridad y el mínimo de riesgos posibles.
- Obtener el máximo de beneficios y ganancias.

¿A qué nos lleva el estudio de factibilidad de un proyecto?

Según Juan José Miranda en su libro “Gestión de proyectos: Identificación formulación- Evaluación Financiera- Económica- Social- Ambiental” cuarta edición, nos dice que:

El estudio de factibilidad nos puede conducir a los siguientes puntos:

- Identificación plena del proyecto a través de los estudios de mercado, tamaño, localización, y tecnología apropiada.
- Diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto.
- Estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, lo mismo de los costos de operación y el cálculo de ingresos.
- Identificación plena de fuentes de financiación y regulación de compromisos de participación en el proyecto.
- Definición de términos de contratación y pliegos de licitación de obras para adquisición de equipos.

- Sometimiento del proyecto si es necesario a las respectivas autoridades de planeación.
- Aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social, ambiental que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

#### Etapas del estudio de factibilidad

##### Estudio de mercado

Se puede resumir, que consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización

Describe el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor (PHILLIP, et al., 2004).

##### Estudio técnico

Describe la unidad productiva comprendiendo dos conjuntos de elementos: un grupo básico que reúne los resultados relativos del tamaño del proyecto de producción y el calendario de realización del proyecto.

Analiza la inversión del proyecto, el tamaño de la planta y su capacidad de producción cuando se trata de proyectos de emprendimiento como el nuestro (Chain, 2003)

##### Estudio administrativo, legal

Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a operar la unidad empresarial como paso previo a la definición del tipo de empresas que se va a constituir, la determinación de la estructura organizacional más adecuada, aspectos de contratación de personal a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los sistemas, procedimientos y reglamentos que orientan y regulan las actividades para operación.

Según (Pérez, 2009, págs. 56-58) Este estudio nos dice que el simular el funcionamiento del proyecto para medir los desembolsos que esta genera.

## Estudio ambiental

En la formulación del proyecto es un proceso doble. Por un lado elabora un análisis encaminado a predecir las alteraciones que un proyecto o actividades puede producir en la salud humana en el medio ambiente. Y, por el otro establece los procedimientos y criterios para la aprobación, modificación o rechazo de una actividad o proyecto (IICA, 1996).

## Estudio financiero

Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

Antes de poner en marcha cualquier tipo de negocio, se debe conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto (Soto, 1993).

## 2.2. Marco conceptual

**Consumidor:** Los consumidores son las personas, ya sean físicas o jurídicas que, como destinatarias finales, adquieren o utilizan productos o servicios de cualquier empresa o profesional. No se consideran consumidores las personas que adquieren esos artículos o servicios para comercializarlos a terceros.

**Demanda:** Es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir.

**Estudio de Mercado.-** El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados (Shujel, 2015).

**Factibilidad.-** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto (alegsa, s.f.).

**Inversión:** Es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Con esto se deduce que la inversión es necesariamente intertemporal, pues su objetivo es aumentar la capacidad de producción en el futuro (COCINOVA, 2012).

**Mercado:** Un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta (Gardey J. P., 2013).

**Oferta:** La oferta es la cantidad de bien o servicio que el vendedor pone a la venta (Gardey J. P., 2013).

**Precio:** Se puede definir al precio de un bien o servicio como el monto de dinero que debe ser dado a cambio del bien o servicio.

**Restaurante:** es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local. Hoy en día existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina (AGUER HORTALI & PPEREZ GOROSTEGUI, 1997).

**Tradicional.-** Se utiliza cómo adjetivo a ser aplicado a todo aquello que tenga que ver con la o las tradiciones de un pueblo, comunidad o sociedad, son por lo general traspasadas de generación en generación como parte del legado de los antepasados y pueden incluir todo tipo de valores, costumbres, formas de pensamiento, creencias y prácticas (UNIVERSO E. , 2007).

**Tubérculos Andinos.-** Los tubérculos y raíces, a pesar de ser una excelente opción para la agroindustria y la industria farmacéutica, no han sido capaces de mantenerse en el mercado, en muchos casos, ni siquiera para el consumo local (ESPINOSA y CRISSMAN, 1997), (BARRERA et al., 1999), (VALVERDE et al., 1999).

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño de la investigación

La presente investigación es de diseño descriptivo, ya que se utilizó técnicas de investigación bibliográfica e investigaciones de campo; a un nivel descriptivo con la aplicación de encuestas a los habitantes de la ciudad de Riobamba.

**Investigación descriptiva:** El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables (H., 2006).

**Investigación de campo:** Se caracteriza principalmente por la acción del investigador en contacto directo con el ambiente natural o las personas sobre quienes se desea realizar el estudio en cuestión (M., 1999).

**Investigación bibliográfica:** Constituye una excelente introducción a todos los otros tipos de investigación, además de que constituye una necesaria primera etapa de todas ellas, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver (D., 2012).

### 3.2. Técnicas de recolección de datos

En lo que se refiere a las técnicas de recolección de información se utilizara:

**Encuesta.-** Servirá para recolectar la información estrictamente necesaria acerca de las necesidades de los futuros clientes para asegurar el éxito del presente estudio; se realizara un cuestionario, en una prueba piloto antes de la aplicación de la encuesta.

**Tabulación:** Se realizara las tabulaciones para conocer la preferencia de las preparaciones de mayor agrado los cuales serán ofertados en el restaurante “Aborigen”.

**Ficha de Observación:** Se recorrieron las principales huecas de la ciudad de Riobamba donde se tomó en cuenta los platos más representativos que salen a la venta en cada una de estas.

Fuentes de investigación

**FUENTES PRIMARIAS:** Como fuentes primarias para este proyecto de emprendimiento se ha tomado la información obtenida de la aplicación de las encuestas y la ficha de observación.

Para ejecutar la encuesta se realizó un banco de preguntas aplicada a las personas de la parroquia Velasco, Ciudad de Riobamba, que concluyo de escala de mayor a menor importancia con el objetivo de obtener una mayor información disponible para el proyecto.

**FUENTES SECUNDARIAS:** Se utilizó catálogos, revistas, libros que hagan referencia a este proyecto y a su vez datos obtenidos de la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO de la ciudad de Riobamba.

### **3.3. Segmento de mercado**

### **3.4. Universo**

El universo de estudio para la presente investigación son los habitantes del Cantón Riobamba, que según el Instituto Nacional de Estadísticas, Censo de población y vivienda INNEC 2010; son 146.324 personas.

El segmento objetivo para este proyecto es la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba.

### 3.5. Muestra

El tipo de muestreo que se maneja es Probabilístico finita simple.

La fórmula para población finita, ya que comprende de 146.324 personas según el Instituto Nacional de Estadísticas, Censo de población y vivienda INNEC 2010.

$$n = \frac{Z^2PQN}{E^2(N-1) + Z^2PQ}$$

#### TERMINOS DE LA FÓRMULA

**Z**= Margen de Confiabilidad 1,96

**P**= Probabilidad de que el evento ocurra 0,9

**Q**= Probabilidad de que el evento no ocurra 0,1

**N-1**= Población o Universo

**e o E**= Error de estimación o error muestral 0,05%

**n**= Tamaño de la muestra

#### Datos:

$$Z = 1.96 \qquad P = 0.9$$

$$Q = 0.1 \qquad E = 0.05$$

$$N = 146324$$

$$n = \frac{Z^2PQN}{E^2(N-1) + Z^2PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,9)(0,1)(146324)}{(0,05)^2(146324 - 1) + (1,96)^2(0,9)(0,1)}$$

$$n = \frac{50590,65}{366,16}$$

$$n = 138$$

Se aplicó 138 encuestas a las personas de la ciudad de Riobamba, los cuales se encuentran dentro de la urbe de la ciudad.

## Estratificación

**Tabla 3-1:** Estratificación

ESTRATIFICACION		
PARROQUIA	POBLACIÓN	Nº DE ENCUESTAS
Parroquia Veloz	23119	22
Parroquia Lizarzaburu	50171	47
Parroquia Velazco	38592	36
Parroquia Maldonado	31324	30
Parroquia Yaruquies	3118	3
<b>TOTAL</b>	146324	138

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

### 3.6. Tabulación y análisis de resultados

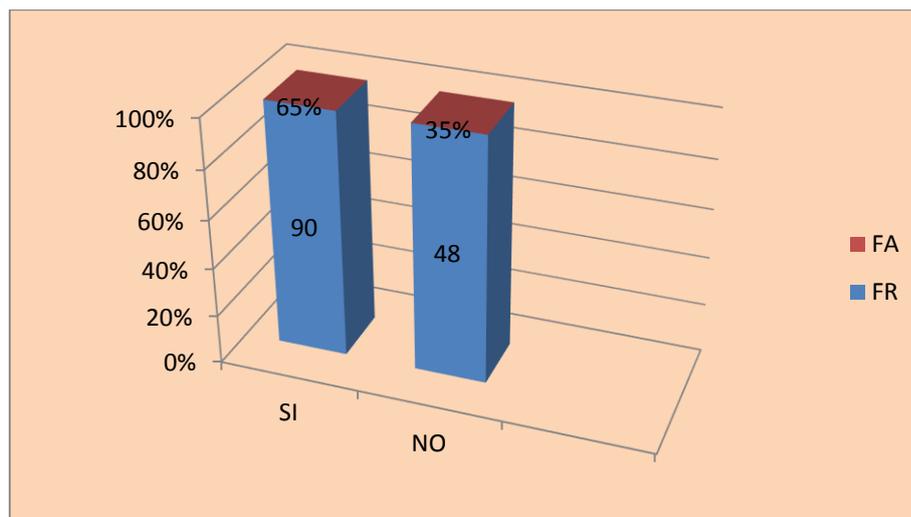
1. ¿Cree usted sea factible la implementación de un restaurante de comida tradicional en la ciudad de Riobamba?

**Tabla 3-2:** Aceptabilidad del restaurante tradicional

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	90	65%
NO	48	35%
<b>TOTAL</b>	138	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Alexandra Farinango



**Gráfico 3-1:** Aceptabilidad del restaurante tradicional

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Del 100% de las personas supieron manifestar que sería una buena idea la implementación de un Restaurante Tradicional en la ciudad de Riobamba en la Av. Cordovez y Carabobo ya que sería un nuevo lugar donde probarían diferentes cosas en un exclusivo y único ambiente.

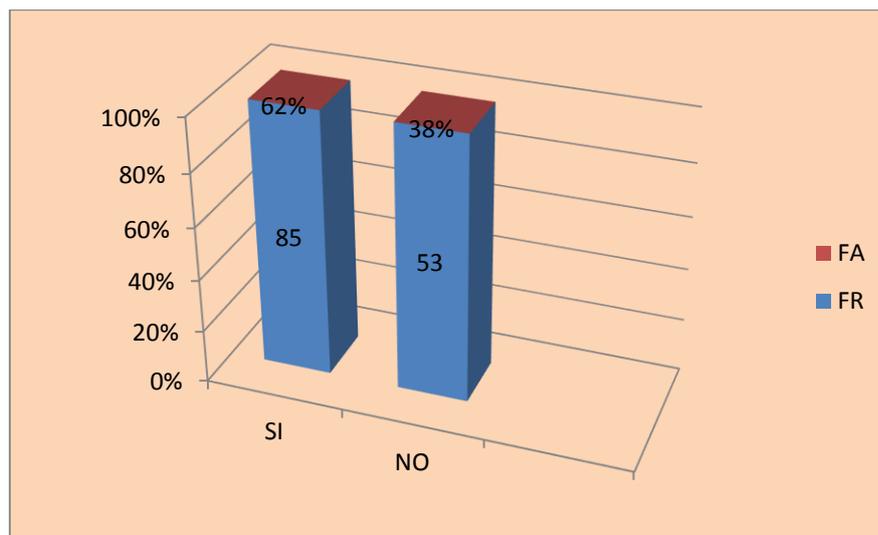
## 2.- ¿Sale usted a comer fuera de casa?

**Tabla 3-3:** Come fuera de casa

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	85	62%
NO	53	38%
<b>TOTAL</b>	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-2:** Come fuera de casa

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Existe un alto porcentaje en donde las personas salen más de lo debido y comen fuera de sus hogares ya sea por su trabajo o el tiempo, es ahí donde se les puede ofrecer variedades de platos tradicionales que lleguen a su paladar y se sientan satisfechos.

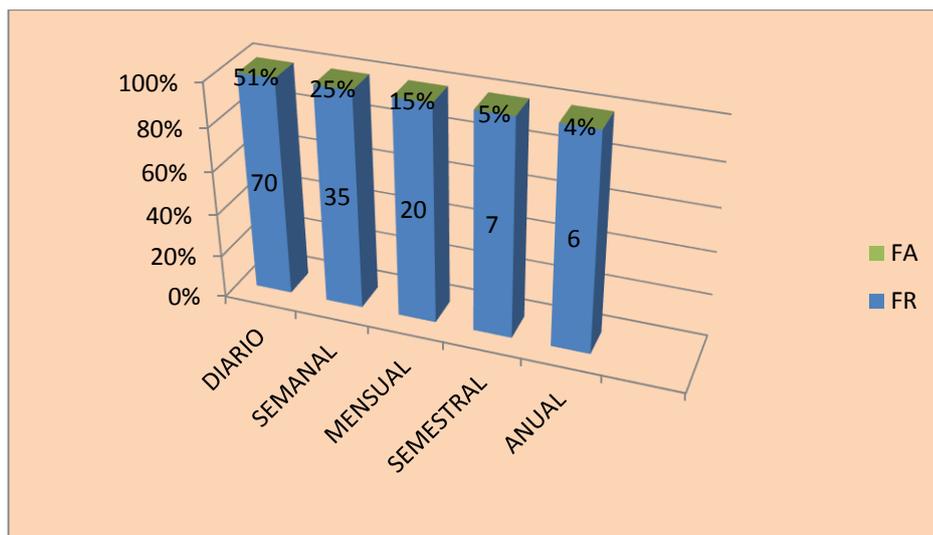
### 3.- ¿Con que frecuencia asiste usted a un restaurante?

**Tabla 3-4:** Frecuencia de asistencia a un restaurante

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
DIARIO	70	51%
SEMANAL	35	25%
MENSUAL	20	15%
SEMESTRAL	7	5%
ANUAL	6	4%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-3:** Frecuencia de asistencia a un restaurante

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Del 100% de encuestados se determinó que el 51% de personas asisten frecuentemente a restaurantes a diario, mientras que el 25% lo hacen semanal, el 15% mensual, el 5% ya muy poco que sería semestralmente y un 4% salen al año lo que es muy bien visto implementar un restaurante en un lugar específico y al alcance de los comensales.

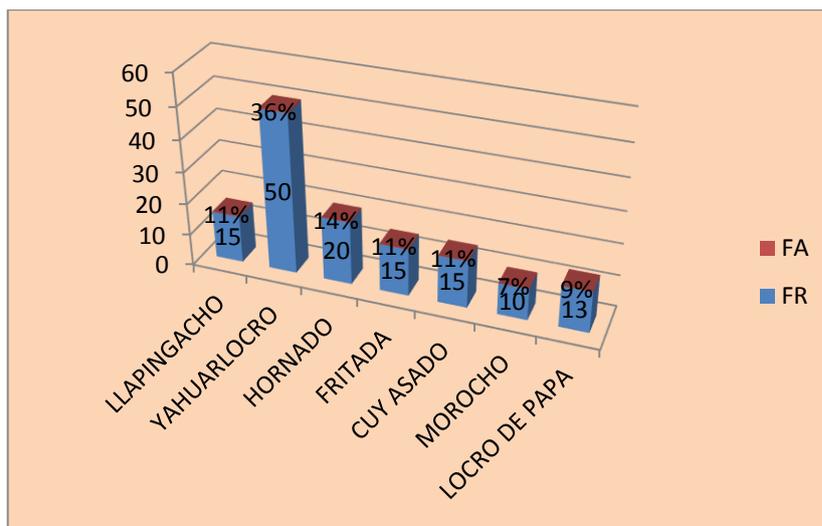
#### 4.- En caso de ser comida típica ¿Qué plato prefiere?

**Tabla 3-5:** Plato de preferencia del restaurante tradicional

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
LLAPINGACHO	15	11%
YAHUARLOCRO	50	36%
HORNADO	20	15%
FRITADA	15	11%
CUY ASADO	15	11%
MOROCHO	10	7%
LOCRO DE PAPA	13	9%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Alexandra Farinango



**Gráfico 3-4:** Plato de preferencia del restaurante

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.** - Del 100% se puede verificar que lo que más les gusta y consumen las personas es el yahuarlocro con un porcentaje de 36% seguido es el hornado con un 15% apetecible al paladar de los comensales y lo que más buscan, tenemos la fritada con un 11%, de igual manera el cuy asado con el 11%, el morocho con un 7% y terminando el locro de papa con un 9% donde se encuentra una variedad de comida típica y tradicional.

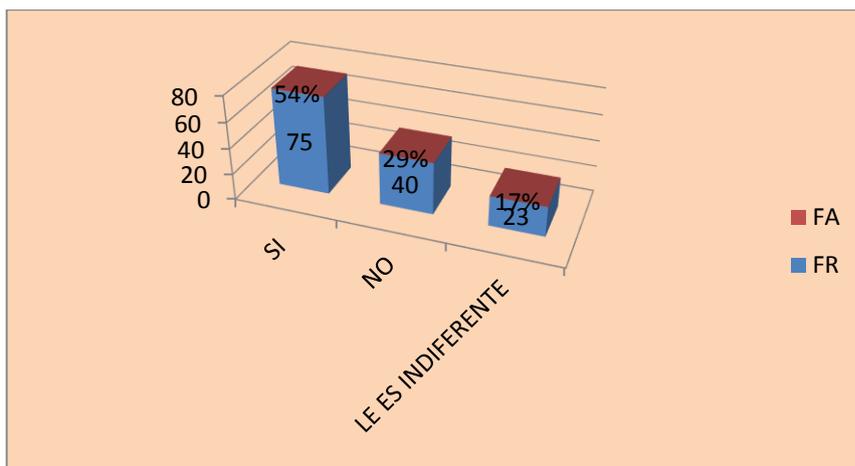
### 5.- ¿Le gustaría una entrada antes de que llegue su plato?

**Tabla 3-6:** Entrada mientras espera su plato en el restaurante

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	75	54%
NO	40	29%
LE ES INDIFERENTE	23	17%
TOTAL	138	100%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Alexandra Farinango



**Gráfico 3-5:** Entrada de plato mientras espera

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Del total de la población encuestada, se pudo observar que un porcentaje muy alto de personas si desean una entrada mientras espera su pedido para así sentirse más satisfecho y complacido el comensal.

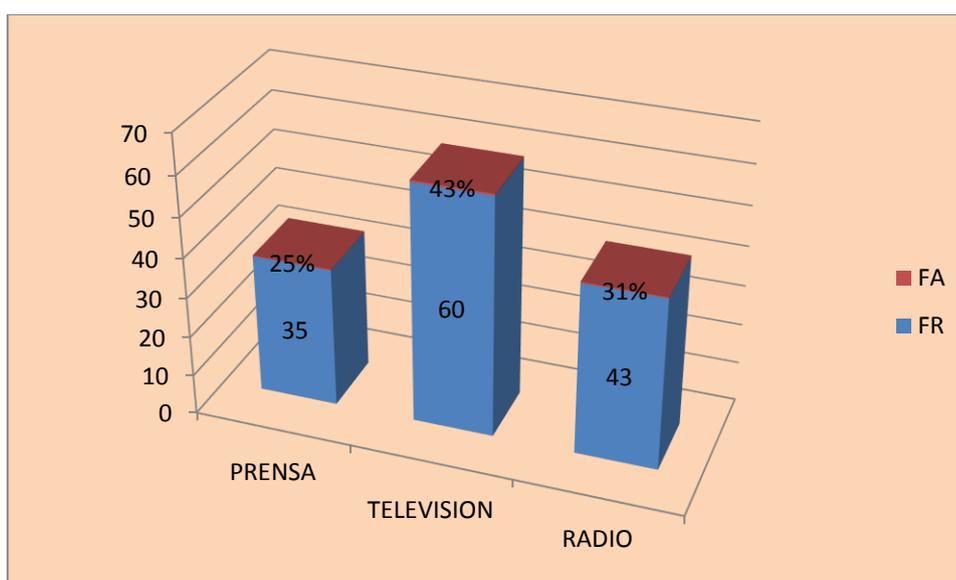
#### 6.- ¿A través de que medio le gustaría recibir información del restaurante?

**Tabla 3-7:** Publicidad del restaurante tradicional

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
PRENSA	35	25%
TELEVISION	60	44%
RADIO	43	31%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-6:** Publicidad del restaurante

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Del total del porcentaje con el más alto puntaje del 44% es por medio de la televisión dar y recibir información a las personas de igual manera la prensa con un 25% y la radio con un 31% donde se pueden informar más acerca del restaurante tradicional.

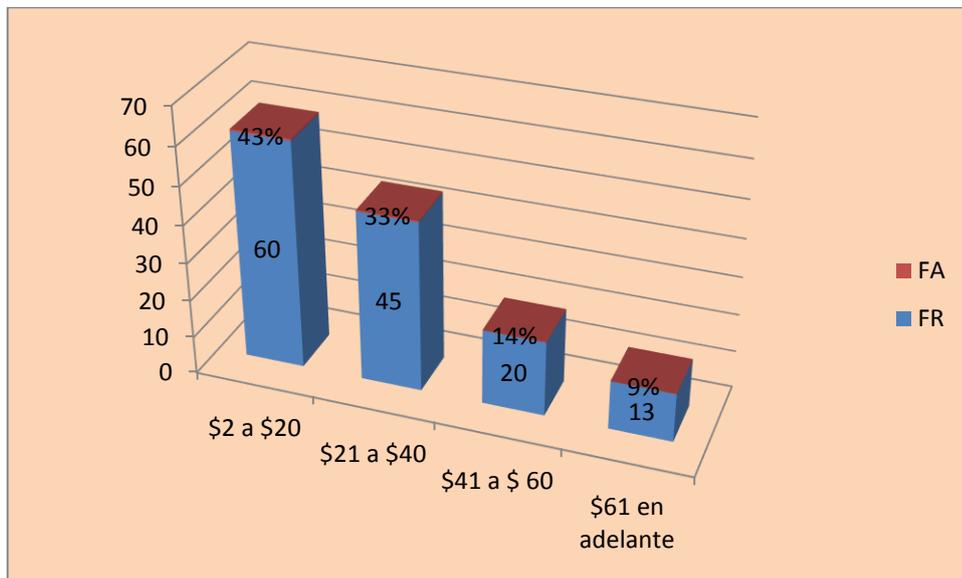
**7.- ¿Cuánto suele gastar por salida a un restaurante?**

**Tabla 3-8:** Cuanto gasta al salir a un restaurante

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
\$2 a \$20	60	43%
\$21 a \$40	45	33%
\$41 a \$60	20	15%
\$61 en adelante	13	9%
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-7:** Gasto al salir a un restaurante

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Luego de haber efectuado la encuesta en la ciudad de Riobamba en un total de 138 personas se obtuvo como resultado que el 43% son los que más consumen al salir a un restaurante, mientras que el 33% se lo hace de poco según cuantas personas consuman y 15% se lo hace en reuniones familiares que salen a consumir y finalizando el 9% sería para eventos grandes donde se puedan sentir a gusto.

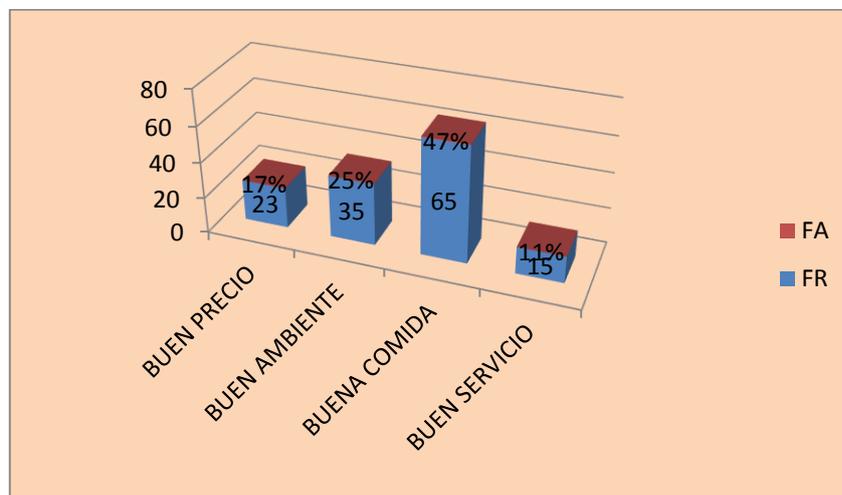
**8.- ¿Qué te gustaría encontrar en un restaurante tradicional para que supere tus expectativas?**

**Tabla 3-9:** Que le gustaría encontrar en un restaurante tradicional

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
BUEN PRECIO	23	47%
BUEN AMBIENTE	35	25%
BUENA COMIDA	65	17%
BUEN SERVICIO	15	11%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-8:** Que le gustaría encontrar en un restaurante tradicional

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Del total de la población encuestada, se pudo observar que un porcentaje muy alto de personas deciden ir a restaurantes por la buena y excelente comida, seguido es por sentirse en un buen ambiente y un cómodo precio anteponiendo la buena atención y servicio que se dé a los clientes para que se sientan tranquilos y cómodos.

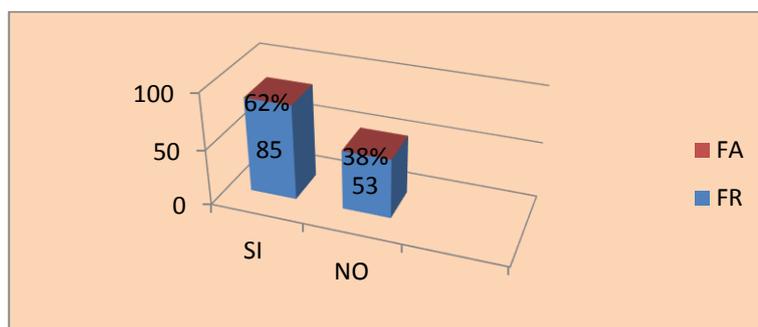
**9.- ¿Conoce usted sobre restaurantes que brinde este tipo de comida tradicional en la ciudad?**

**Tabla 3-10:** Conoce sobre restaurantes que brinden este tipo de menú

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	85	62%
NO	53	38%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico3- 9:** Conoce otros restaurantes que brinden este tipo de menú

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** De un total de 138 personas encuestadas se determinó que el 62% conoce lugares donde brindan este tipo de comida tradicional y un 38% no conoce lugares que brinden este tipo de comidas tradicionales.

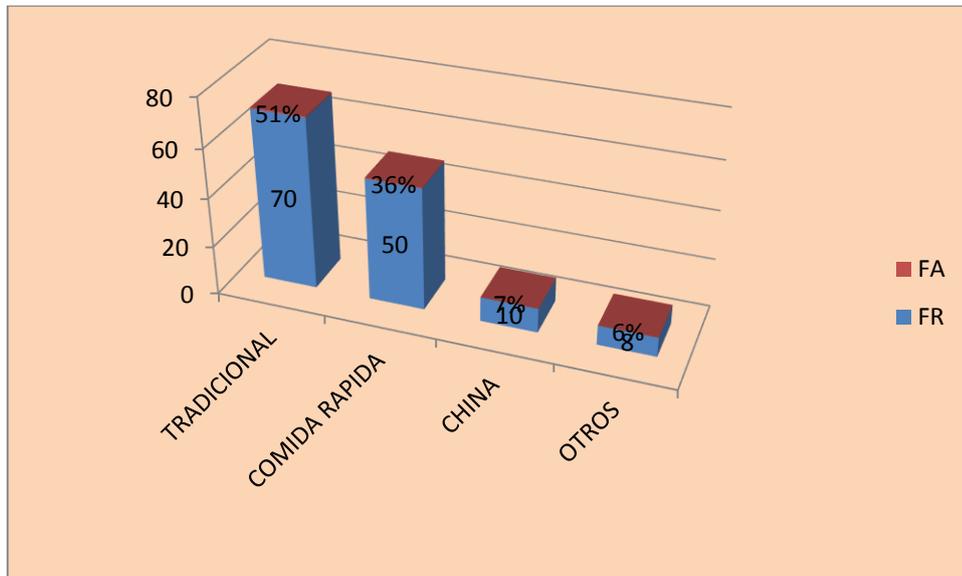
**10.- ¿Qué tipo de comida le atraería a usted en el momento de salir a un restaurante?**

**Tabla 3-11:** Cual comida tradicional le simpatiza en un restaurante

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TRADICIONAL	70	51%
COMIDA RAPIDA	50	36%
CHINA	10	7%
OTRAS	8	6%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-10:** Que comida tradicional le agrada más

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Al finalizar con las encuestas en la ciudad de Riobamba a un total de 138 personas se determinó que el 51% de personas sugieren más la comida tradicional, el 36% van por la comida rápida cuando no tienen mucho tiempo, el 7% por la comida china y el 6% van a otras comidas.

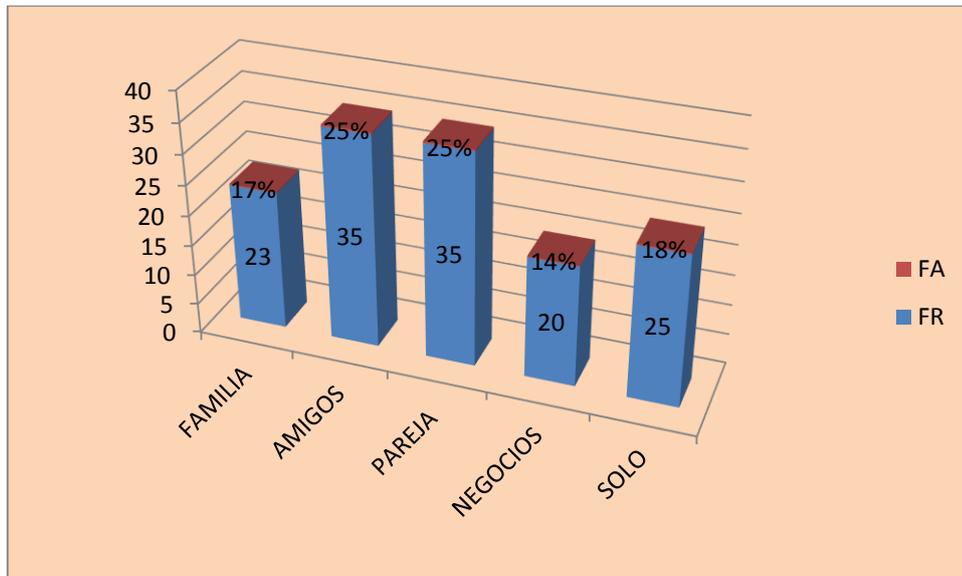
### 11.- ¿Con quién va a comer a un restaurante?

**Tabla 3-12:** Con quien come en un restaurante

DETALLE	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
FAMILIA	23	17%
AMIGOS	35	25%
PAREJA	35	25%
NEGOCIOS	20	14%
SOLO	25	18%
TOTAL	138	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-11:** Con quien suele salir a un restaurante

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Al aplicar la encuesta a 138 personas acerca de que visitan un restaurante son entre pareja y amigos con un 25%, seguido de ir con familiares un 17% y solo un 18% terminando en negocios con 15%.

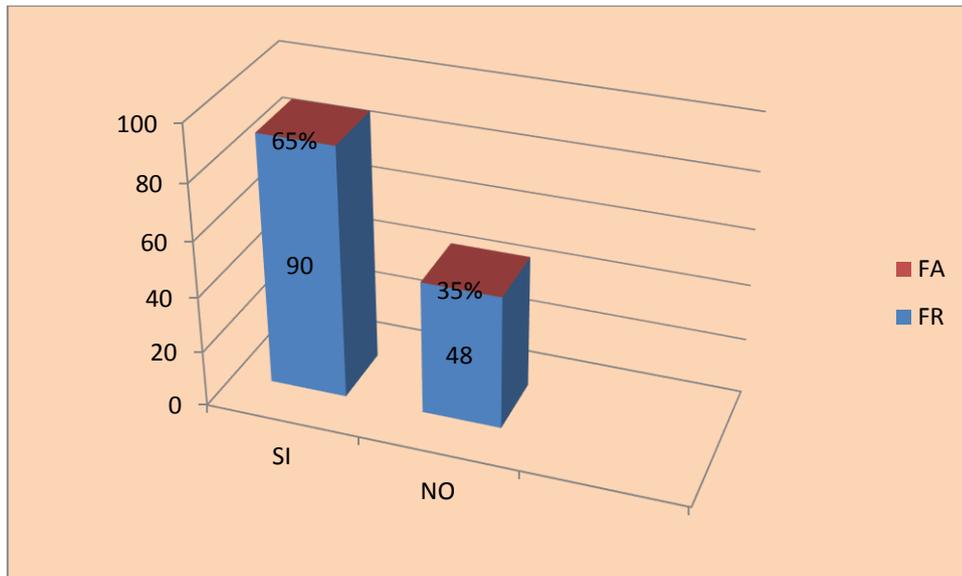
**12.- ¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante por este sector que ofrezca comida ecuatoriana?**

**Tabla 3-13:** Le gustaría visitar un nuevo restaurante

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

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 3-12:** Le gustaría conocer otro restaurante

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis Descriptivo e Interpretativo.-** Al aplicar las encuestas a los moradores de la parroquia Velasco de la ciudad de Riobamba a un total de 138 personas se logró obtener como resultado un porcentaje muy alto de la población le gustaría que existiera un restaurante de comida tradicional por el sector ya que no existe.

## CAPÍTULO IV. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

### 4.1. Identificación de la Idea

#### Introducción

Se puede decir emprendedor aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenarla y más luego llevarla a buen puerto. Generalmente, este término, se aplica para designar a persona que de la nada, crean sus propias ideas y las llevan a cabo de buscar la manera de su sueño mediante la creatividad y su liderazgo.

El espíritu emprendedor da energías para asumir riesgos creyendo en sí mismo y de sus capacidades para poder lograr metas y formar compromisos con quien los rodean desempeñándose como líder y poder generar nuevas oportunidades de empleo, aprendiendo de sus errores pero nunca rendirse hasta poder lograr y realizar su sueño.

El espíritu emprendedor es aquel que permite que las personas tengan deseos de superación, busquen el cambio y mejorar así su calidad de vida, basta con tan solo poseer una idea pero eso si no descansar hasta lograr su implementación sin importar el tiempo que se deba invertir para conseguirlo.

Los emprendedores son líderes, su vida está llena de decisiones laborales, personales, sociales y hasta integrales lo cual demanda mucha investigación y constante preparación, un verdadero emprendedor platica o escucha a la gente exitosa y es ahí cuando se da cuenta cuales fueron los hábitos que los han llevado al éxito.

Ser una persona exitosa demanda, y más aún cuando quieres empezar un proyecto. Hay que tener varias ideas que nos pueden funcionar como base en nuestro desarrollo intelectual, administrativo y cultural, donde nos prepara el concepto para escalar otro escalón en la gran escalera de la vida. Hace falta tener mucha investigación, estudiar mucho y tener muchos conocimientos que nos avalen al momento de presentar nuestro negocio a las empresas más grandes de una ciudad, de un país.

#### 4.1.2 Lluvia de ideas

**Tabla 4-14:** Lluvia de ideas para la selección de ideas

<b>PRODUCTO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>PROBLEMA A RESOLVER</b>
Proyecto para la utilización de la harina de machica y quinua para la elaboración de cupcakes para niños de la escuela Santo Tomás Apóstol, de la ciudad de Riobamba.	Ayuda en la alimentación diaria del niño. Contiene nutrientes y vitaminas que aportan al organismo y les mantiene activos. Es un producto saludable que lo pueden consumir niños, adultos y ancianos.	Fortalece al sistema inmunológico de las personas ya que es un producto con altos beneficios nutricionales que pueden contribuir como una golosina de los niños.
Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tradicional, en la ciudad de Riobamba, 2018	Se puede elaborar platos especiales con métodos y técnicas de cocina ecuatoriana a la cocina internacional.	No existe en la ciudad de Riobamba con este tipo de servicio que se pueda consumir y sentirse satisfecho el comensal.
Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería-heladería tradicional con técnicas artesanales en la ciudad de Riobamba, 2018	Se puede elaborar desayunos especiales, postres, bebidas y crepes. Al igual manejarse con una variedad de elaboración de helados artesanales.	Es necesario que las personas conozcan más acerca de productos tradicionales de otras ciudades dentro del país y así obtener conocimientos de nuestra diversificación gastronómica.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.1.3 Selección y evaluación de la idea

En donde 5 es el indicador mayor

**Tabla 4-15:** Selección de las ideas

<b>Criterio / Ideas</b>	<b>Nivel de Innovación</b>	<b>Mercado Potencial</b>	<b>Conocimiento Teórico</b>	<b>Requerimiento de Capital</b>	<b>Tendencia Nacional</b>	<b>Total</b>
Proyecto para la utilización de la harina de machica y quinua para la elaboración de cupcakes	4	3	5	2	4	18

Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tradicional en la ciudad de Riobamba.	5	3	4	3	4	19
Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería-heladería tradicional con técnicas artesanales en la ciudad de Riobamba.	4	5	3	4	4	20

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.1.4 Evaluación Final de las ideas

En donde 1 es el indicador mayor

**Tabla 4-16:** Evaluación final de las ideas

CRITERIOS DE IDEAS	BARRERAS DE ENTRADAS	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA	COSTO TOTAL DEL PRODUCTO	TOTAL
Proyecto para la utilización de la harina de machica y quinua para la elaboración de cupcakes	3	5	4	12
Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante tradicional en la ciudad de Riobamba.	1	1	2	4
Estudio de factibilidad para la creación de una cafetería-heladería tradicional con técnicas artesanales en la ciudad de Riobamba.	3	4	5	12

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.1.5 Descripción de la idea seleccionada

En el presente emprendimiento se pretende la integración de un restaurante que sería una empresa de servicios ya que por función va a brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades.

Consiste en la creación de un restaurante tradicional que brinde un buen servicio con un buen ambiente agradable para las personas de la ciudad de Riobamba presentando una gran variedad de productos de comida y bebida en el más amplio sentido de la palabra, con un estilo único y

original tomando en cuenta la posibilidad económica de los comensales para de esta manera poder brindar un servicio de calidad y una decoración única donde las personas puedan sentirse a gusto.

#### 4.2. Justificación

La propuesta de creación de este establecimiento es con el afán de cubrir las necesidades de un determinado sector, desarrollando las destrezas y habilidades de la gastronomía ecuatoriana tradicional y así deleitar a propios y extraños con una exquisita comida nacional, elaborada por personal profesional calificado.

El presente proyecto propone la satisfacción de las necesidades alimenticias de muchos trabajadores y moradores de la ciudad de Riobamba, al mismo tiempo que ayudará a fortalecer el campo gastronómico el cual ha tenido un incremento significativo en los últimos tiempos, haciendo que nuestra población exija buena calidad y servicio.

De esta manera se busca una nueva opción de negocio en donde las personas conozcan un lugar específico de platos tradicionales ecuatorianos a la carta, satisfaciendo las necesidades, brindando un sabor único, especial y ofreciendo un servicio personalizado de calidad, a los clientes de esta forma se puede obtener una gran rentabilidad y aceptación en el negocio, ya que beneficia a toda persona, al consumir estos platillos dando seguridad y satisfacción al consumidor.

Considerando el alto grado de desempleo que existe en la ciudad y Provincia de Chimborazo en general, es necesario que se desarrollen alternativas de empleo que satisfagan las necesidades económicas de los Riobambeños.

##### 4.2.1 Nombre del emprendimiento

**Tabla 4-17:** Nombre del emprendimiento

ATRIBUTOS Y NOMBRES	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	CLARO	FACIL DE RECORDAR	TOTAL
Restaurante tradicional	4	5	5	5	4	5	28
Cafetería Artesanal	3	4	5	3	5	4	24
Heladería temática	3	4	3	4	3	5	22

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

### **4.3. Descripción del emprendimiento**

#### **4.3.1 Misión**

“Somos un importante restaurante “Aborígen” de comida tradicional ecuatoriana buscando siempre mantener una posición preponderante en el mercado, al brindar un servicio de calidad a nuestros clientes mediante la creatividad, credibilidad, y responsabilidad de un grupo de personas que trabaja en equipo, buscando siempre la satisfacción del cliente a través de la producción de platos con excelente sazón y presentación”.

#### **4.3.2 Visión**

“Distinguirnos como el mejor Restaurante de Comida Tradicional Ecuatoriana “Aborígen” en el oeste de la ciudad, se caracterizará por ser un restaurante innovador, de excelente calidad en sus productos y servicio; y sobre todo por la Servicialidad del elemento humano, a través del respeto y consideración hacia los semejantes y el medio ambiente”.

#### **4.3.3 Políticas**

- ✓ Contratar talento humano especializado.
- ✓ Ofrecer capacitación constante a los empleados.
- ✓ Se deberá contratar solo proveedores calificados con sus productos de excelente calidad.
- ✓ Mantener las finanzas y cuentas claras y sanas.
- ✓ Mantener la higiene en el restaurante.

#### **4.3.4 Estrategias**

- ✓ Ubicar un buzón de sugerencias para que el cliente exprese sus necesidades de servicio.
- ✓ Para calificar a los proveedores se deberá considerar la calidad del producto, el tiempo de entrega y los costos.
- ✓ Para la creación de nuevas sucursales en el país se deberá realizar un estudio de mercado.
- ✓ Se deberá realizar un proceso de reclutamiento y selección de personal antes de contratar a un trabajador.
- ✓ Se realizarán planes anuales de capacitación.

#### 4.3.5 *Valores y principios*

Valores:

- ❖ **Servicialidad:** Poniendo en primer lugar el servicio al cliente y entre empleados.
- ❖ **Lealtad:** Sin engaños y cumpliendo la palabra entregada.
- ❖ **Amistad:** Considerando al cliente y a los miembros de la empresa como verdaderos amigos, fomentando las buenas relaciones humanas.
- ❖ **Perseverancia:** Que permita cumplir con los objetivos establecidos, cumpliendo con los retos propuestos por cada uno de los clientes.
- ❖ **Responsabilidad:** En la ejecución diaria de las actividades, para lograr la eficiencia y efectividad
- ❖ **Credibilidad:** Valor en el que se fundamenta todas las actividades pues la confianza de los clientes es uno de los principales factores que logran el éxito.
- ❖ **Eficacia:** Atendiendo al cliente donde este y cuando lo necesite.

**Principios:**

- ❖ La empresa cree en la motivación y capacitación de los involucrados como una herramienta necesaria para mejorar el desempeño tanto individual como global.
- ❖ Respeto y confianza para con la gente que trabaja en la empresa así como para los clientes. Eficiencia y agilidad continúa en el cumplimiento de las obligaciones diarias sin importar momento ni lugar.
- ❖ Innovación y creatividad como medio para lograr competitividad.
- ❖ Trabajo en equipo con profesionalismo y transparencia
- ❖ Calidad en el servicio y producto que se ofrezca será la carta de presentación de nuestro restaurante.

##### 4.3.1.1. *Distingos y ventajas competitivas*

**Distingos competitivos**

- Aplicación de nuevas tendencias en la elaboración de nuestros platos ya que van hacer tradicionales con sabores únicos y distintos que el cliente va a poder distinguir el sabor tanto natural como tradicional de cada preparación.

- Tener un servicio personalizado ya que los clientes buscan una nueva experiencia de compra, tendremos un personal amable que llegue al comensal, música agradable y un ambiente cómodo donde el cliente supere sus expectativas y regrese.

### **Ventajas competitivas**

- Tener la calidad y transparencia para todos los consumidores tanto en el servicio como en la presentación de cada preparación que se servirá al comensal.
- Mantenerse en contacto con los clientes ya que esto nos servirá para una próxima vez que regresen ofrecerles promociones al momento que consuman nuestros productos.
- Los precios son cómodos, pero no al punto de dañar el mercado sino con el fin de atraer nuevos clientes.

#### **4.3.2. Aplicación del FODA**

**Tabla 4-18:** Análisis FODA

<b>ANÁLISIS FODA</b>	
<b>ACTORES INTERNOS</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de alta calidad.</li> <li>• Se maneja un trabajo en equipo diario.</li> <li>• Alto desarrollo de innovación en el área de trabajo.</li> <li>• Productos para la preparación de los diferentes platillos no contienen contaminantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere una mayor atención en la seguridad del restaurante.</li> <li>• Poco presupuesto.</li> <li>• El restaurante no se encuentra posicionada en el mercado.</li> <li>• Poco tiempo de conservación de los ingredientes de los diferentes platos.</li> </ul>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado en constante crecimiento.</li> <li>• Convenio con instituciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia laboral cerca de nuestro establecimiento.</li> <li>• Competencia desleal.</li> <li>• Precios inestables en el mercado.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continúo crecimiento de la red de proveedores.</li> <li>• Menú con varias y novedosas opciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso de otros restaurantes tradicionales con propuestas orgánicas con precios más factibles.</li> </ul>
---	---

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.4. Estudio de Mercado

##### Objetivo del Estudio de Mercado

El estudio de mercado es el análisis más importante que se debe de realizar en el desarrollo de un producto de inversión. Con este estudio se identifica la demanda insatisfecha que requiere estar cubierta.

Entre los agentes del micro ambiente a considerar en un estudio de mercado son: proveedor, competidor, distribuidor y consumidor.

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

##### 4.4.1 Demanda

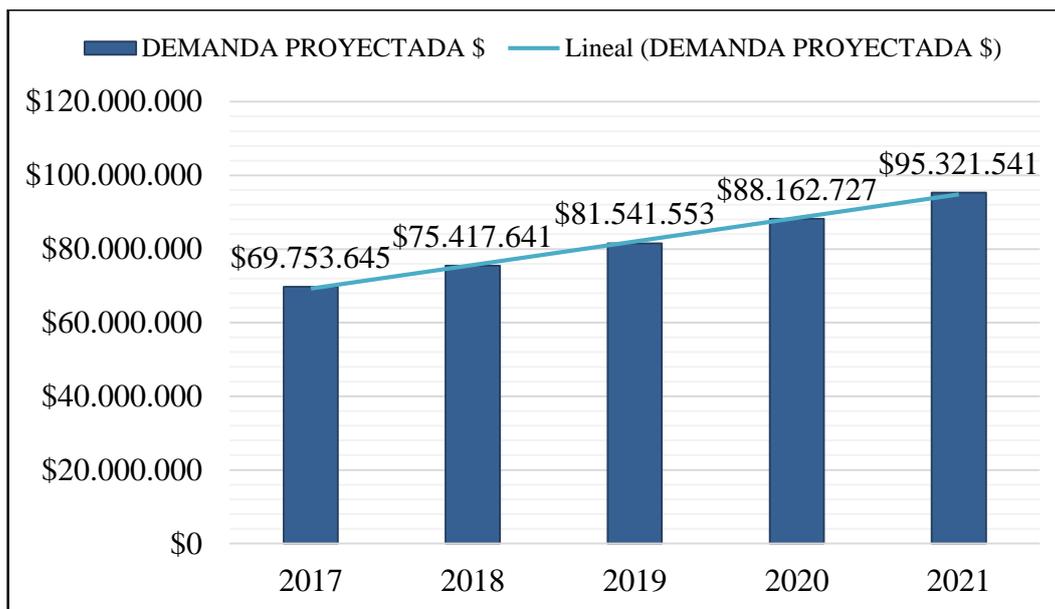
Para la determinación de la demanda se utilizó información no histórica, ya que se trata de la implementación de un nuevo negocio, para lo cual se elaboró una encuesta que se ejecutara a 138 personas en el sector de la parroquia Velasco, Barrio 19 de Octubre de la ciudad de Riobamba.

**Tabla 4- 19:** Demanda proyectada

AÑOS	POBLACION	CONSUMO	POBLACION OBJETIVO	COSUMO MENSUAL \$	DEMANDA PROYECTADA \$
2017	252731	\$1,00	252730,5974	\$23	\$69.753.645
2018	273252	100%	273252,3219	\$23	\$75.417.641
2019	295440	100%	295440,4105	\$23	\$81.541.553
2020	319430	100%	319430,1718	\$23	\$88.162.727
2021	345368	100%	345367,9017	\$23	\$95.321.541

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 4-13:** Demanda proyectada

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.4.2 Oferta

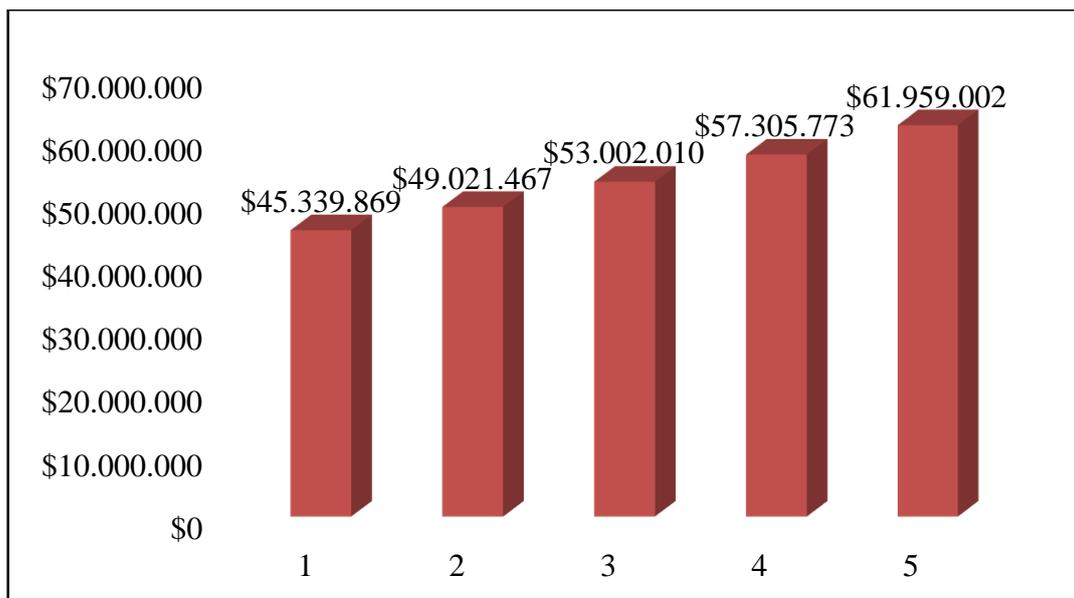
La oferta se obtuvo con un resultado de las encuestas aplicadas a las 138 personas en el sector de la parroquia Velasco, Barrio 19 de Octubre de la ciudad de Riobamba. En cuanto a la satisfacción de las personas con relación a otros establecimientos (competencia).

**Tabla 4-20:** Oferta

AÑOS	POBLACIÓN OBJETIVA	CONSUMO	OFERTA LOCAL ( % )	OFERTA PROYECTADA
2017	252731	\$69.753.645	65%	\$45.339.869
2018	273252	\$75.417.641	65%	\$49.021.467
2019	295440	\$81.541.553	65%	\$53.002.010
2020	319430	\$88.162.727	65%	\$57.305.773
2021	345368	\$95.321.541	65%	\$61.959.002

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Farinango



**Gráfico 4-14: Oferta**

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.4.3 Demanda insatisfecha

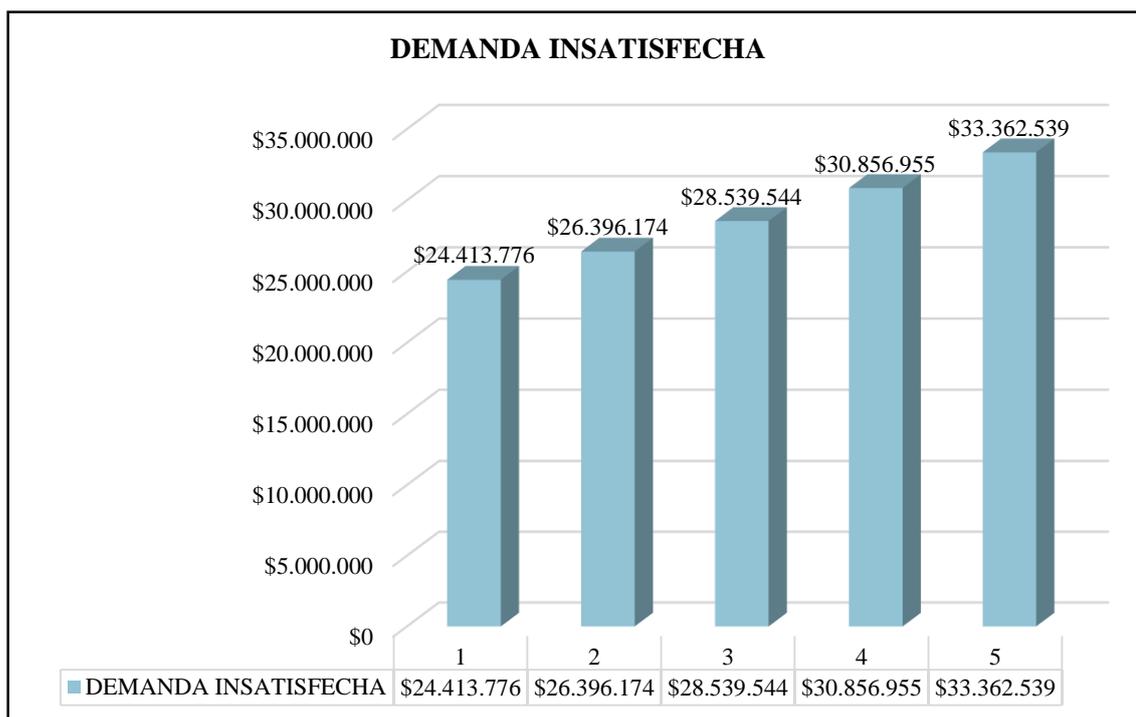
Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

**Tabla 4-21: Demanda insatisfecha**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	\$69.753.645	\$45.339.869	\$24.413.776
2018	\$75.417.641	\$49.021.467	\$26.396.174
2019	\$81.541.553	\$53.002.010	\$28.539.544
2020	\$88.162.727	\$57.305.773	\$30.856.955
2021	\$95.321.541	\$61.959.002	\$33.362.539

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Farinango



**Gráfico 4-15:** Demanda insatisfecha

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.4.4 Mix de mercado

Una vez que se ha segmentado el mercado, se procede a definir las estrategias a seguir, en lo referente al marketing mix, mismo que consta de las cuatro P:

- Producto,
- Precio,
- Promoción y
- Plaza.

##### 4.4.4.1 Producto

El nombre legal con el que se representara el establecimiento de servicio será RESTAURANTE “ABORIGEN” que significa un servicio rápido, tradicional con una variedad de platos únicos y un sabor incomparable llevando a cabo sus técnicas y métodos culinarios. El restaurante tendrá

un servicio eficaz ya que los clientes encontraran un hábito de consumir y superar sus expectativas con un buen servicio de calidad, un ambiente diferente y de confort.

#### **NOMBRE**

**“ABORIGEN COMIDA TRADICIONAL”**

#### **SLOGAN**

¡Con la sazón incomparable de mi tradición...!

#### **LOGO DE LA EMPRESA**



**Ilustración 4-1 :** Logo del restaurante

#### **Colores de identificación de la empresa**

**Café:** es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.

A menudo el color café se utiliza para transmitir un concepto de producto inocuo, que no transmite enfermedades y del que se puede confiar.

**Amarillo:** Es iluminoso y llamativo este color da confianza y seguridad. Puede ser encontrado en muchos logotipos por su peso, simplicidad y sofisticación.

**Blanco:** El blanco es el color universal de la paz y la pureza. Puede ser encontrado comúnmente en logotipos como textos en negativo.

#### **Identidad corporativa**

#### **Tarjeta de presentación**



Ilustración 4-2: Tarjeta de presentación (tiro)



Ilustración 4-3: Tarjeta de presentación (retiro)

#### 4.4.4.2 Precio

El precio para los productos del restaurante se determinará en la etapa económica financiera en el que se tomará en cuenta los aspectos de la competencia y los costos de producción determinados en esta etapa.

#### 4.4.4.3 Plaza

Para el presente emprendimiento se ha determinado que el canal de distribución más conveniente debe ser el que se ajuste a las necesidades, ya que de éste dependen otras decisiones que se tomarán en el momento de realizar el plan de mercadeo, para esto se tuvieron en cuenta los

siguientes factores: como la ubicación, y se llegó a la conclusión de que el canal sería directo porque va del establecimiento o punto de venta al consumidor, para iniciar esto implica que se utilicen solo las personas que van a crear la empresa, para realizar toda la labor de producción y distribución de los productos fabricados por la empresa. El restaurante tiene una gran ventaja ya que está en un lugar estratégico y altamente visible al consumidor.

#### *4.4.4.4 Promoción*

Las promociones que se va a encontrar en el restaurante se realizarán primeramente con nuestros clientes fieles que consumen nuestros platos tradicionales.

- Por la compra de 2 especialidades de la casa, gratis una bebida.
- Se realizar paquetes 2x1 si compra el postre del día.
- Por ser el cumpleaños se hace un descuento del 50% en el consumo de nuestros productos (solo el plato del cumpleaños).
- Por la compra de un plato fuerte, gratis una copa de vino tinto.

#### *4.4.5 Análisis del sector*

##### a) Análisis del sector

En cuanto a la localización óptima del restaurante he analizado varios aspectos básicos, tales como la ubicación de los proveedores, clientes, competencia. Su ubicación es en la Av. Cordovez y Carabobo, Parroquia Velasco, Ciudad de Riobamba.

##### b) Tipo de cliente

El restaurante tradicional “Aborígen” va para todo tipo de personas debido a que es un restaurante tradicional, y sus precios son accesibles, cómodos para todo cliente encontrando una variedad de platos tradicionales que sean a gusto y satisfacción del comensal.

c) Proveedores

El tipo de proveedores para el restaurante tradicional “Aborígen” está compuesto por:

- Frigorífico San Pedro
- Sra. María Torres puesto N° 4 Condamine (verduras)
- Supermercado AKI
- Sra. Rosa Guamán puesto N° 2 Condamine (frutas)

d) Tipo de producto

El restaurante tradicional “Aborígen” cuenta con una gran variedad de platos tradicionales a gusto de los comensales, los platos están compuestos de productos propios de nuestra región como: papas, carne de cerdo y maíz, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

#### 4.4.6. Cargos y funciones del área comercial

**Tabla 4-22:** Cargo y función del área comercial

<b>CARGO</b>	<b>FUNCION</b>	<b>SUELDO</b>
Gerente de A y B	<i>Supervisar los presupuestos para controlar gastos. Organizar y operar eventos fuera y dentro del restaurante. Supervisa horarios y capacitaciones.</i>	<b>\$375.00</b>
Chef Ejecutivo	<i>Organización General de Cocina. Elaboración de menús. Realiza pedidos de la materia prima Supervisa el trabajo realizado de las personas a su cargo. Capacita y asiste a su personal.</i>	<b>\$480.00</b>
Mesero	<i>Atención personalizada. Despacho de alimentos al cliente. Mantiene limpio el lugar de los clientes Seguir estrictamente los procedimientos de higiene, salud y seguridad.</i>	<b>\$375.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.4.7. Determinación de inversiones y gastos del área comercial

**Tabla 4-23:** Determinación de inversiones y gastos del área comercial

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
MESAS	6	30,00	180,00
SILLAS GIRATORIAS	1	20,00	20,00
SILLAS	24	10,00	240,00
BARRA DE MADERA MOVIL	1	115,00	115,00
ESTANTERIA DE MADERA 4 SEPARADORES	1	75,00	75,00
<b>TOTAL</b>		<b>250,00</b>	<b>630,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

#### Gastos Del Área Comercial

**Tabla 4-24:** Gasto del área comercial

TIPO	CANTIDAD	C.ANUAL
CARTA MENU	6	3,00
TARJETA DE PRESENTACION	100	10,00
TRIPTICO	2	1,00
ROTULO	1	25,00
PUBLICIDAD INTERNET	1	5,00
<b>TOTAL</b>		<b>44,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

### 4.5. Estudio Técnico

#### 4.5.1 Determinación del tamaño de la empresa

Para determinar el tamaño de la empresa utilizaremos la formula siguiente:

$$CI=CR+CO$$

<b>CR= CAPACIDAD REAL</b>	80
<b>CO= CAPACIDAD OSCIOSA</b>	20
<b>CI= CAPACIDAD INSTALADA</b>	100

Análisis. - Sabemos que la capacidad del restaurante es de 100 pax diarios y aplicando la fórmula de la capacidad instalada tenemos como resultado a producir una capacidad real aproximado de 80 pax y una capacidad ociosa de 20 pax diarios.

#### 4.5.2 Capacidad del emprendimiento

**Tabla 4-125:** Capacidad del emprendimiento

<b>COSTO DE MATERIA PRIMA</b>								
TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
FRITADA	6	42	168	2.016	0,69	116,65	349,94	1.399,78
PAPAS CON CUY	5	35	140	1.680	0,77	107,49	322,47	1.289,89
PAPAS CON CUERO	4	28	112	1.344	0,46	51,81	155,44	621,76
HORNADO	5	35	140	1.680	0,56	77,86	233,59	934,34
YAGUARLOCRO	5	35	140	1.680	0,58	81,13	243,38	973,52
CALDO DE PATA	4	28	112	1.344	0,44	49,44	148,32	593,28
CALDO DE GALLINA	5	35	140	1.680	0,43	60,06	180,17	720,67
CEVICHE DE CHOCHOS	5	35	140	1.680	0,28	39,56	118,69	474,78
MELLOCO CON HABAS	6	42	168	2.016	0,12	20,10	60,29	241,15
CHOCLO CON QUESO	6	42	168	2.016	0,26	43,60	130,81	523,26
TORTILLAS DE PIEDRA	8	56	224	2.688	0,09	19,87	59,60	238,38
HUMITAS	6	42	168	2.016	0,26	43,00	128,99	515,96
TAMAL	5	35	140	1.680	0,26	35,76	107,29	429,15
QUIMBOLITO	5	35	140	1.680	0,18	25,80	77,41	309,63
MOROCHO	4	28	112	1.344	0,18	19,66	58,99	235,94
COLADA MORADA	5	35	140	1.680	0,26	36,74	110,21	440,85

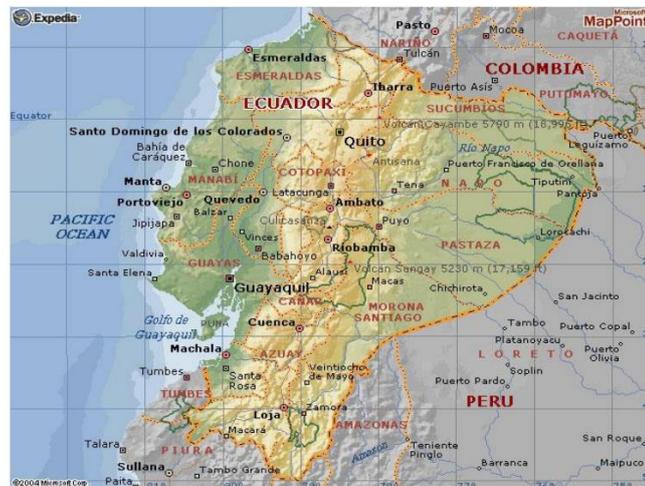
ROMPE NUCA DE MORA	7	49	196	2.352	0,23	45,43	136,30	545,21
ROMPE NUCA DE TOMATE	8	56	224	2.688	0,23	51,92	155,77	623,09
ROMPE NUCA DE NARANJILLA	5	35	140	1.680	0,23	32,45	97,36	389,43
CAFÉ PASADO	6	42	168	2.016	0,15	24,60	73,80	295,21
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>770</b>	<b>3.080</b>	<b>36.960</b>	<b>6,66</b>	<b>982,94</b>	<b>2.948,82</b>	<b>11.795,27</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

### 4.5.3 Localización

#### A. MACROLOCALIZACIÓN



**Ilustración 4-4:** Mapa Ecuador

Fuente: Google.

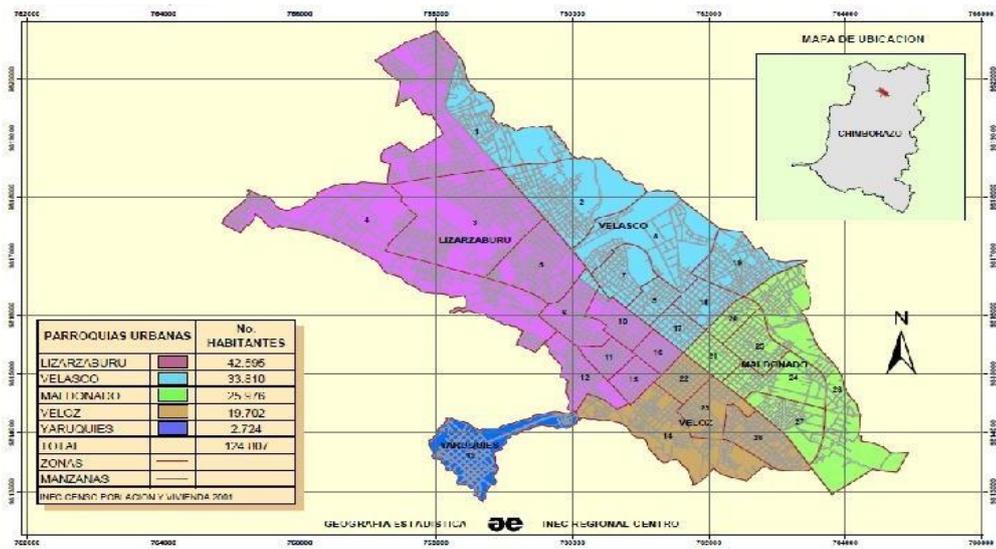
Elaborado por: Alexandra Farinango



**Ilustración 4-5:** Cantón Riobamba

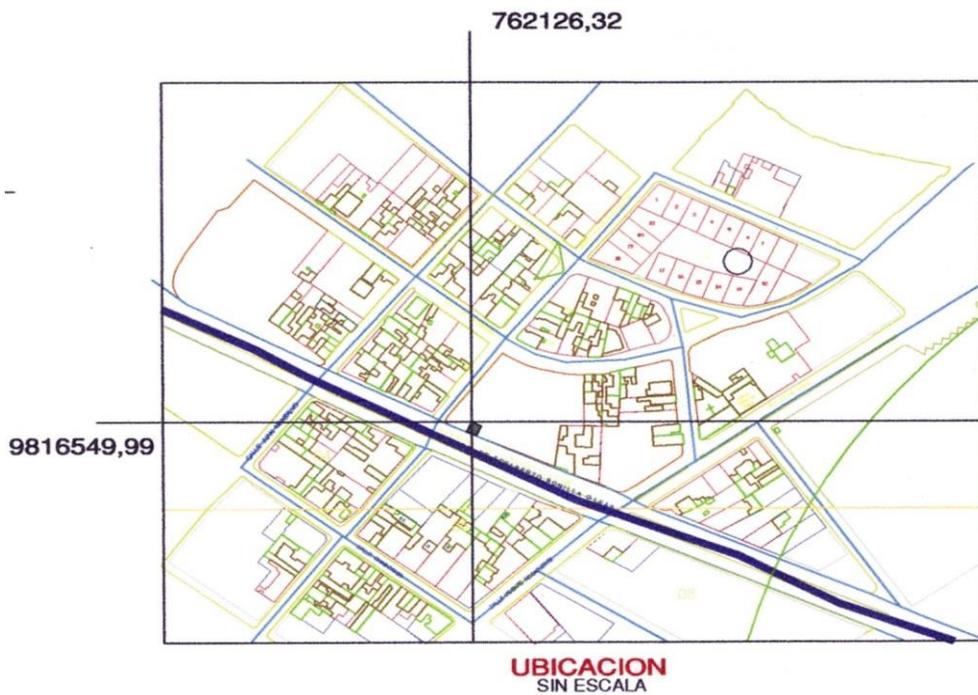
Fuente: Google.com

Elaborado por: Alexandra Farinango



Fuente: Google.com  
 Elaborado por: Alexandra Farinango

## B. MICROLOCALIZACIÓN



**Ilustración 4-6:** Ubicación del restaurante

Fuente: Arq. Eduardo Zumba  
 Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.5.4 Proceso de producción

### RESTAURANTE TRADICIONAL

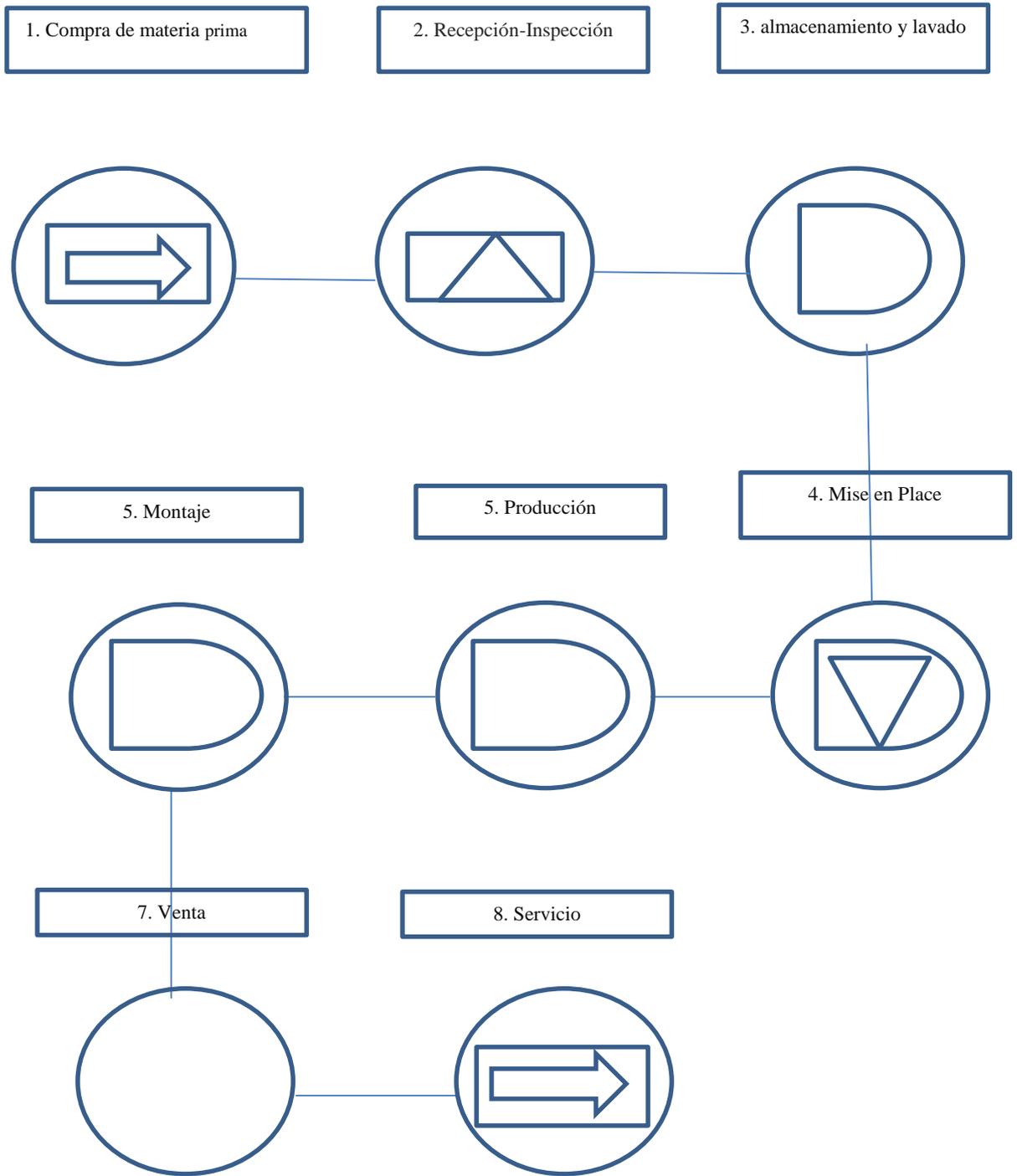
1. Compra de Selección. de la materia prima.
2. Recepción.- Adquisición de alimentos.
3. Almacenamiento y lavado.- Distribución de alimentos perecederos y no perecederos.
4. Mise en place.- Pre elaboración de los alimentos.
5. Producción.- Elaboración de los productos.
6. Montaje.- Producto terminado.
7. Venta.- Vender nuestro producto.
8. Servicio.- Entrega del producto terminado hacia el cliente.

#### 4.5.5 Diagrama de flujo

### FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

Tabla 4-26: Diagrama de flujo

SIMBOLO	SIGNIFICADO	ACTIVIDAD
	<b>OPERACIÓN</b>	Operaciones, fases del proceso, método o procedimiento.
	<b>INSPECCIÓN</b>	Verificación de calidad y cantidad de los insumos del producto.
	<b>ALMACENAMIENTO</b>	Indica el almacenamiento de productos terminados y de la materia prima.
	<b>TRANSPORTE</b>	Indica el movimiento de personas, material o equipo.
	<b>DEMORA</b>	Indica el retraso del proceso, método o procedimiento.



#### 4.5.6 Recetas estándar

Escogí este tipo de formato para la receta estándar porque es más fácil de llevar los costos y se especifica bien cada producto, es un formato completo donde se especifica claramente cada función como: nombre, tipo de menú, conservación, fecha de elaboración, producto, cantidad, unidad, mise place, método de cocción, aplicación, gramos, costo unitario, costo total. Ver anexo (E).

**Tabla 4-27:** Receta estándar

 <b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> <b>FACULTAD DE SALUD PÚBLICA</b> <b>ESCUELA DE GASTRONOMÍA</b> <b>FICHA DE RECETA ESTANDAR</b> 										
NOMBRE DE LA RECETA		FRITADA					FECHA DE ELABORACIÓN			
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	4		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X		Congelación		Otros		
N°	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CERDO	400	G	LAVADO	DADOS	HERVIDO	MARINADO	454	2,5	2,20
2	CEBOLLA BLANCA	100	G	LIMPIADO Y DESINFECTADO	BRUNOISE			454	0,5	0,11
3	AJO	10	G	BRUNOISE FINO				10	0,03	0,03

4	CERVEZA	70	MI				MARINADO	1000	1,25	0,09	
5	ACEITE	60	MI	DIRECTO			FRITURA	1000	1,5	0,09	
6	ACHIOTE	35	ml	DIRECTO			FRITURA	275	1	0,13	
7	LECHUGA	40	g					454	0,5	0,04	
8	TOMATE RIÑON	30	g	PICADO				454	0,5	0,03	
9	AJI	10	g	PICADO				200	0,25	0,01	
10	SAL	10	g					454	0,45	0,01	
11	PIMIENTA	4	g					454	0,6	0,01	
12	CULANTRO	5	g					20	0,1	0,03	
									Total 4 pax	2,78	
									Total	0,69	
									PVP	3,47	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.5.7 Requerimiento de Talento Humano

**Tabla 4-28:** Ficha profesiográfica

<b>FICHA PROFESIOGRÁFICA</b>		
<b>CARGO:</b> CHEF DE COCINA		<b>SUELDO:</b> \$375,00
<b>ÁREA:</b> PRODUCCIÓN	<b>CÓDIGO:</b> 001	<b>FECHA:</b> 18/02/2017
<b>1. DESCRIPCIÓN</b>		
Almacenaje de la materia prima. Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento Encargado de producción. Manejo de proveedores.		
<b>2. PERFIL</b>		
Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. Experiencia de 1 año. Capacidad de liderazgo. Mostrar buenas referencias personales y laborales.		
<b>3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR</b>		
Hornos, cocina, campana, ollas, paila, utensilios varios, productos de limpieza.		
<b>4. REQUISITOS GENERALES</b>		
Primaria Secundaria	Técnico Superior	Otros
<b>5. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
Puntualidad a la hora de entrada. Responsabilidad con la producción del producto. Mantener la limpieza y su uniforme impecable No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes.		
<b>6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</b>		
Inteligencia general Numérica Memoria visual	Memoria para números Verbal y social Atención p/detalles	

**Tabla 4-29:** Ficha profesiográfica

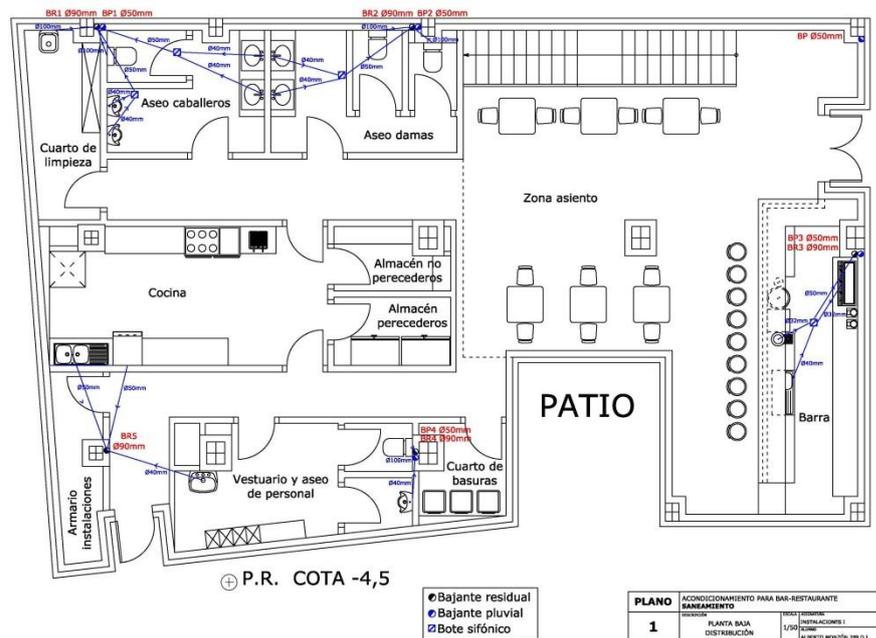
<b>FICHA PROFESIOGRÁFICA</b>		
<b>CARGO:</b> GERENTE DE A Y B		<b>SUELDO:</b> \$480,00
<b>ÁREA:</b> PRODUCCIÓN	<b>CÓDIGO:</b> 002	<b>FECHA:</b> 18/02/2017
<b>1. DESCRIPCIÓN</b>		
Almacenaje de la materia prima. Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento Encargado de producción. Encargado de limpiar su área de trabajo.		
<b>2. PERFIL</b>		
Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. Experiencia de 1 año. Capacidad de liderazgo. Mostrar buenas referencias personales y laborales.		
<b>3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR</b>		
Hornos, cocina, campana, ollas, paila, utensilios varios, productos de limpieza.		
<b>4. REQUISITOS GENERALES</b>		

Primaria Secundaria	Técnico Superior	Otros
<b>5. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
Puntualidad a la hora de entrada. Responsabilidad con la producción del producto. Mantener la limpieza y su uniforme impecable No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes.		
<b>6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</b>		
Inteligencia general Numérica Memoria visual	Memoria para números Verbal y social Atención p/detalles	

**Tabla 4-30:** Ficha profesiográfica

<b>FICHA PROFESIOGRÁFICA</b>		
<b>CARGO:</b> CAJERO/ MESERO		<b>SUELDO:</b> \$375,00
<b>ÁREA:</b> PRODUCCIÓN	<b>CÓDIGO:</b> 003	<b>FECHA:</b> 18/02/2017
<b>1. DESCRIPCIÓN</b>		
Dar la bienvenida a los clientes. Receptar los pedidos de los clientes. Llevar las comandas. Informes de quejas. Control diario contable.		
<b>2. PERFIL</b>		
Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. Experiencia de 1 año. Capacidad de liderazgo. Mostrar buenas referencias personales y laborales.		
<b>3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR</b>		
Calculadora, máquina registradora, computadora, vajilla, menaje, productos de limpieza.		
<b>4. REQUISITOS GENERALES</b>		
Primaria Secundaria	Técnico Superior	Otros
<b>5. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
Puntualidad a la hora de entrada. Responsabilidad con la producción del producto. Mantener la limpieza y su uniforme impecable No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes.		
<b>6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</b>		
Inteligencia general Numérica Memoria visual	Memoria para números Verbal y social Atención p/detalles	

#### 4.5.8 Diseño de la planta



**Ilustración 4-7:** Diseño de la planta

Fuente: google.com  
Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.5.9 Estructura de costos de producción

##### Consumo de servicios básicos

**Tabla 4-318:** Consumo de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS						
TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	300	0,13	kw/h	39,00	117,00	468,00
Teléfono	150	0,09	mm	13,50	40,5	162
Internet	Ilimitado	25,00	Megas	25,00	75	300
Agua	31	0,49	m3	15,19	45,57	182,28
TOTAL				92,69	278,07	1.112,28

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla anterior se detalla los servicios básicos que requiere el restaurante.

## Consumo de mantenimiento

**Tabla 4-32:** Consumo de mantenimiento

MANTENIMIENTO					
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS, MAQUINARIAS O INSTALACIONES	CANT	TIEMPO	PROVEEDOR	COSTO	COSTO ANUAL
REFRIGERADORA MABE	1	1 AÑO	MABE	10,00	10,00
MICROONDAS MABE	1	1 AÑO	MABE	10,00	10,00
CAMPANA EXTRACTORA DE OLOR ELECTROLUX 90 CM	1	1 AÑO	ELECTROLUX	10,00	10,00
BATIDORA KITCHEN AID 5 LITROS	1	1 AÑO	TVENTAS	10,00	10,00
LICUADORA OSTER MOTOR REVERSIBLE 4	1	1 AÑO	TVENTAS	10,00	10,00
TUBERIAS Y PLAGAS	1	1AÑO		60,00	60,00
		<b>TOTAL</b>		<b>110,00</b>	<b>110,00</b>

Fuente: Estudios Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se especifica el tiempo en el cual se dará mantenimiento al equipo que se utilizara en el restaurante.

## Materia prima

**Tabla 4-33:** Costo de materia prima

COSTO DE MATERIA PRIMA								
TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO TRIMESTRAL	COSTO TOTAL ANUAL
FRITADA	6	42	168	2.016	0,69	116,65	349,94	1.399,78
PAPAS CON CUY	5	35	140	1.680	0,77	107,49	322,47	1.289,89
PAPAS CON CUERO	4	28	112	1.344	0,46	51,81	155,44	621,76
HORNADO	5	35	140	1.680	0,56	77,86	233,59	934,34
YAGUARLOCRO	5	35	140	1.680	0,58	81,13	243,38	973,52
CALDO DE PATA	4	28	112	1.344	0,44	49,44	148,32	593,28
CALDO DE GALLINA	5	35	140	1.680	0,43	60,06	180,17	720,67
CEVICHE DE CHOCHOS	5	35	140	1.680	0,28	39,56	118,69	474,78
MELLOCO CON HABAS	6	42	168	2.016	0,12	20,10	60,29	241,15

CHOCLO CON QUESO	6	42	168	2.016	0,26	43,60	130,81	523,26
TORTILLAS DE PIEDRA	8	56	224	2.688	0,09	19,87	59,60	238,38
HUMITAS	6	42	168	2.016	0,26	43,00	128,99	515,96
TAMAL	5	35	140	1.680	0,26	35,76	107,29	429,15
QUIMBOLITO	5	35	140	1.680	0,18	25,80	77,41	309,63
MOROCHO	4	28	112	1.344	0,18	19,66	58,99	235,94
COLADA MORADA	5	35	140	1.680	0,26	36,74	110,21	440,85
ROMPE NUCA DE MORA	7	49	196	2.352	0,23	45,43	136,30	545,21
ROMPE NUCA DE TOMATE	8	56	224	2.688	0,23	51,92	155,77	623,09
ROMPE NUCA DE NARANJILLA	5	35	140	1.680	0,23	32,45	97,36	389,43
CAFÉ PASADO	6	42	168	2.016	0,15	24,60	73,80	295,21
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>770</b>	<b>3.080</b>	<b>36.960</b>	<b>6,66</b>	<b>982,94</b>	<b>2.948,82</b>	<b>11.795,27</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.5.10 Determinación de activos fijos para producción

Tabla 4-34: Determinación de activos fijos

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
BIEN	VALOR (SIN IVA )	AÑOS VIDA	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL
MAQUINARIA Y EQUIPOS	740,32	10	74,03	66,63
EQUIPO DE COMPUTO	284,65	3	93,93	63,57
MUEBLES Y ENSERES	219,30	10	21,93	19,74
<b>TOTAL</b>	<b>1.244,27</b>		<b>189,90</b>	<b>149,94</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se presta el tiempo de depreciación de activos fijos del restaurante.

Tabla 4-35: Depreciación

Depreciación por línea recta			
Año	Valor en Libros	valor residual	valor depreciación
1	740,32	74,03	66,63
2	673,70	67,37	60,63

3	613,06	61,31	55,18
4	557,89	55,79	50,21
5	507,68	50,77	45,69

Valor del activo	284,65		
Vida útil (Años)	3,00		
<b>Depreciación por línea recta</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor en Libros</b>	<b>valor residual</b>	<b>valor depreciación</b>
1	284,65	8,54	92,04
2	192,61	5,78	62,28
3	130,33	3,91	42,14

Valor del activo	219,30		
Vida útil (Años)	10,00		
<b>Depreciación por línea recta</b>			
<b>Año</b>	<b>Valor en Libros</b>	<b>valor residual</b>	<b>valor depreciación</b>
1	219,30	21,93	19,74
2	199,56	19,96	17,96
3	181,60	18,16	16,34
4	165,26	16,53	14,87
5	150,38	15,04	13,53

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

#### 4.5.11 Programa pre operativo

**Tabla 4-36:** Programa Pre Operativo

<b>GASTO EXPERIMENTACIÓN</b>					
<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>M.P</b>	<b>COSTO POR TIEMPO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
PRUEBAS	CHEF EJECUTIVO	1:00	9	3,45	16

MUESTRAS	CHEF EJECUTIVO	1:00	3	2,99	13
DEGUSTACIONES	MESERO	1:00	3	2,23	14
CONTROL DE CALIDAD	CHEF EJECUTIVO	1:00	0	1,60	15,14
<b>TOTAL</b>				<b>10,26</b>	58,14

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se muestra la etapa pre operativa del restaurante que son los gastos de experimentación que tendrá esta.

#### 4.5.12 Mano de obra directa

**Tabla 4-37:** Mano de obra directa

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO AÑO
GERENTE	480.00	5.760.00
CHEF	375.00	4.500.00
MESERO	375.00	4.500.00
<b>TOTAL</b>	1.605.00	19.260.00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

#### 4.5.13 Costos Indirectos de fabricación

**Tabla 4-38:** Costos indirectos de fabricación

SERVICIOS BASICOS						
TIPO	CANTIDAD	VALOR	UNIDAD	COSTO	TRIMESTRAL	ANUAL
Luz	300	0,13	kw/h	39,00	117,00	468,00
Teléfono	150	0,09	mm	13,50	40,5	162
Internet	Ilimitado	25,00	Megas	25,00	75	300
Agua	31	0,49	m3	15,19	45,57	182,28
<b>TOTAL</b>				92,69	278,07	1.112,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se muestra los costos indirectos de fabricación que son los servicios básicos y las depreciaciones de los activos fijos.

## 4.6. Estudio Administrativo, Legal y Ambiental

### 4.6.1 Organización

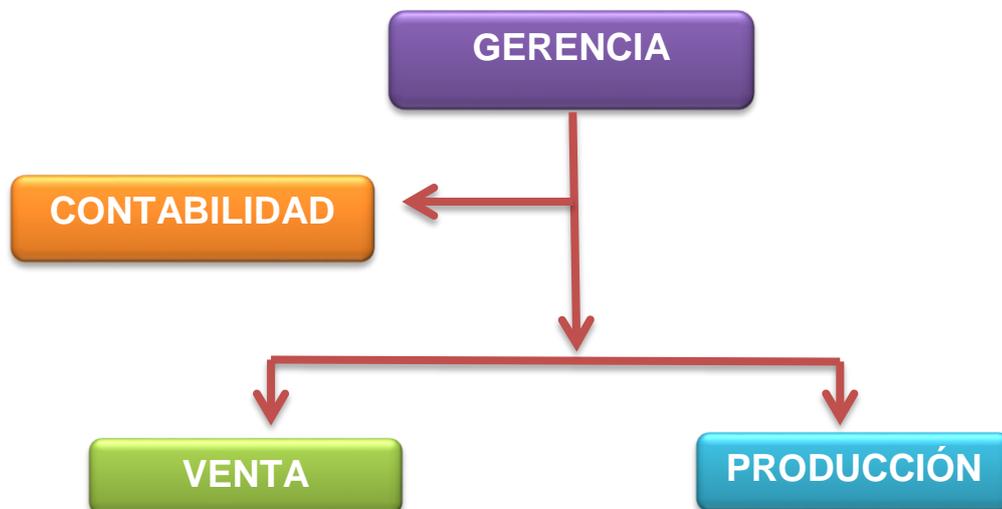
El restaurante tradicional “Aborígen” en el estudio organizacional está dirigido a los departamentos funcionales que como gerente, contabilidad, área de ventas y área de producción.

En la empresa el gerente es el encargado de administrar, controlar y planificar todo lo referente al restaurante.

En el área de contabilidad y ventas se cuenta con un contador, cajero y mesero que están encargados de realizar toda la contabilidad de los gastos y egresos, libro diario e inventarios. De igual manera se encarga de la buena atención al cliente y un excelente servicio de calidad.

En el área de producción se cuenta con cocinero, ayudante de cocina y posillero que están encargadas de elaborar la materia prima, con buen manejo de la manipulación de alimentos para brindar un producto de calidad de esta manera satisfacer a los clientes futuros.

#### 4.6.1.1 Organigrama Estructural



LEYENDA	
	NIVEL DE DIRECCIÓN
└─┘	NIVEL DE OPERACIÓN
ELABORADO POR	Alexandra Farinango
FECHA DE ELABORACIÓN	13 junio de 2017

APROBADO POR	
FECHA DE APROBACIÓN	

4.6.1.2 Organigrama Funcional



LEYENDA	
	NIVEL DE DIRECCIÓN
└─┘	NIVEL DE OPERACIÓN
ELABORADO POR	Alexandra Farinango
FECHA DE ELABORACIÓN	13 junio de 2017
APROBADO POR	
FECHA DE APROBACIÓN	

## Funciones

### ÁREA ADMINISTRATIVA

#### GERENCIA

- Planifica: las acciones y tareas de la empresa.
- Busca la mejor manera de alcanzar los objetivos dispuestos.
- Supervisa: conoce las tareas que se realizaran en el día, supervisa el trabajo en equipo.
- Escucha: tiene q saber escuchar los mensajes que le transmite el vendedor, para evitar errores de comunicación y malos entendidos.
- Lidera: representa al vendedor, respalda y defiende las gestiones realizadas acompaña al equipo en la venta y captación de nuevos clientes. Castiga y sanciona cuando se desvían del camino.
- Fija precios: es responsable de la fijación de precios y de definir la política de descuentos y bonificaciones.

### ÁREA DE VENTAS

#### CAJERO

- Brindar diariamente al cliente la lista de precios y promociones de los diversos productos.
- Recibir la cantidad asignada de fondo de cambio.
- Firmar el recibo de entrega de dinero.
- Realizar diariamente apertura y cierre de caja.

#### MESERO

- Dar la bienvenida a los clientes.
- Receptar los pedidos de los clientes.
- Llevar las comandas.
- Informes de quejas.
- Control diario contable

### ÁREA DE PRODUCCIÓN

#### COCINERO Y AYUDANTE DE COCINA

Organización: Encargado de organizar la bodega y el almacenamiento de la materia prima y del producto elaborado.

- Controlar: Controla cada uno de los equipos del área de producción, para que su funcionamiento sea el apropiado.
- Colabora: Colabora con el listado de compra.
- Elabora: Encargado de elaborar los platos y bebidas que se ofertan en el bar con eficacia y alegría.
- Limpieza: Encargado de mantener limpia el área de producción así también de los utensilios y equipos utilizados.

#### 4.6.3 Proceso de Selección y contratación del talento humano

Requerimiento de talento humano

Producción

**Tabla 4-39:** Requerimiento de talento humano

<b>FICHA PROFESIOGRÁFICA</b>		
<b>CARGO:</b> AYUDANTE DE COCINA		<b>SUELDO:</b> \$375,00
<b>ÁREA:</b> PRODUCCIÓN	<b>CÓDIGO:</b> 002	<b>FECHA:</b> 18/02/2017
<b>1. DESCRIPCIÓN</b>		
Almacenaje de la materia prima. Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento Encargado de producción. Encargado de limpiar su área de trabajo.		
<b>2. PERFIL</b>		
Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. Experiencia de 1 año. Capacidad de liderazgo. Mostrar buenas referencias personales y laborales.		
<b>3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR</b>		
Hornos, cocina, campana, ollas, paila, utensilios varios, productos de limpieza.		
<b>4. REQUISITOS GENERALES</b>		
Primaria	Técnico	Otros
Secundaria	Superior	
<b>5. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
Puntualidad a la hora de entrada. Responsabilidad con la producción del producto. Mantener la limpieza y su uniforme impecable No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes.		
<b>6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</b>		

Inteligencia general Numérica Memoria visual	Memoria para números Verbal y social Atención p/detalles
--	--

**Tabla 4-40:** Requerimiento de talento humano

<b>FICHA PROFESIOGRÁFICA</b>		
<b>CARGO:</b> CHEF DE COCINA		<b>SUELDO:</b> \$375,00
<b>ÁREA:</b> PRODUCCIÓN	<b>CÓDIGO:</b> 001	<b>FECHA:</b> 18/02/2017
<b>1. DESCRIPCIÓN</b>		
Almacenaje de la materia prima. Mise en place de la materia prima para su posterior uso o almacenamiento Encargado de producción. Manejo de proveedores.		
<b>2. PERFIL</b>		
Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. Experiencia de 1 año. Capacidad de liderazgo. Mostrar buenas referencias personales y laborales.		
<b>3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR</b>		
Hornos, cocina, campana, ollas, paila, utensilios varios, productos de limpieza.		
<b>4. REQUISITOS GENERALES</b>		
Primaria Secundaria	Técnico Superior	Otros
<b>5. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
Puntualidad a la hora de entrada. Responsabilidad con la producción del producto. Mantener la limpieza y su uniforme impecable No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes.		
<b>6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</b>		
Inteligencia general Numérica Memoria visual	Memoria para números Verbal y social Atención p/detalles	

**Tabla 4-41:** Requerimiento de talento humano

<b>FICHA PROFESIOGRÁFICA</b>		
<b>CARGO:</b> CAJERO/ MESERO		<b>SUELDO:</b> \$375,00
<b>ÁREA:</b> PRODUCCIÓN	<b>CÓDIGO:</b> 003	<b>FECHA:</b> 18/02/2018
<b>1. DESCRIPCIÓN</b>		

Dar la bienvenida a los clientes. Receptar los pedidos de los clientes. Llevar las comandas. Informes de quejas. Control diario contable.		
<b>2. PERFIL</b>		
Profesional graduado en Gastronomía o cursos afines. Experiencia de 1 año. Capacidad de liderazgo. Mostrar buenas referencias personales y laborales.		
<b>3. EQUIPO DE TRABAJO A UTILIZAR</b>		
Calculadora, máquina registradora, computadora, vajilla, menaje, productos de limpieza.		
<b>4. REQUISITOS GENERALES</b>		
Primaria Secundaria	Técnico Superior	Otros
<b>5. CONDICIONES DE TRABAJO</b>		
Puntualidad a la hora de entrada. Responsabilidad con la producción del producto. Mantener la limpieza y su uniforme impecable No llegar en estado etílico o consumido estupefacientes.		
<b>6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</b>		
Inteligencia general Numérica Memoria visual	Memoria para números Verbal y social Atención p/detalles	

#### **4.6.4 Manual de funciones**

El manual de funciones es donde se puede encontrar los distintos puestos de los empleados y sus objetivos esenciales para estos cargos. Ver anexo (F).

#### **4.6.5 Marco Legal**

El restaurante “Aborígen”, se constituirá en una empresa estrictamente limitada a las leyes vigentes de la República del Ecuador según la constitución, de la cual tomamos como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto.

#### **Ley del artesano**

Será considerado artesano, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la JNDA, desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios y aprendices, y que hubiera invertido en su taller implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. La JNDA a través

de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio. (Artesano, 2014)

“Artículo 285.- A quiénes se considera artesanos.- Las disposiciones de este capítulo comprenden a maestros de taller, operarios, aprendices y artesanos autónomos, sin perjuicio de lo que con respecto de los aprendices se prescribe en el Capítulo VIII, del Título I.

- Artículo 66. Se reconoce y garantizará a las personas.
  - Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.
- Artículo 83. Son deberes y responsabilidades de los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley:
  - Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos de modo racional, sustentable y sostenible.
- Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.
- Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

En base a los artículos mencionados y las proporciones de la empresa, al dedicarse a los servicios de alimentación solo dentro de la ciudad y en contacto directo con el cliente, por solo contar con un personal laboral de 3 personas, se ha determinado que la misma es una pequeña empresa. (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2014)

#### 4.6.6 Permisos requeridos para su funcionamiento

**Tabla 4-429:** Permisos de funcionamiento

<b>GASTOS DE ORGANIZACIÓN</b>	
<b>TIPO</b>	<b>GASTO ANUAL</b>
INSCRIPCIÓN DEL NEGOCIO A LA JUNTA DEL ARTESANO (carnet+curso)	<b>252</b>
TASA DE HABILITACIÓN DE ESTABLECIMIENTO	<b>30</b>
NOTARÍA	30
BOMBEROS (Formulario)	2
ARCSA (de acuerdo a la categoría)	84,26
MUNICIPIO (PATENTE y Formularios) 60 +11	71
PERMISOS	11
<b>TOTAL</b>	<b>198,26</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

## **Requisitos legales**

Para poder constituir al restaurante se necesita realizar los siguientes trámites:

Registro único de contribuyentes

- Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:
- Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

Patente municipal:

- Formulario de solicitud de patente. El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:
- Certificado no adeudar al municipio.
- Copia de la cedula y papeleta de votación.
- Copia del RUC – RISE
- Copia pago de predio (Ubicación negocio)
- Copia título profesional
- Formulario de patente “Actualización de datos”
- Copia pago patente actualizado.
- Permiso cuerpo de bomberos
- Formulario de factibilidad USO DE SUELO.
- Formulario de factibilidad GESTION AMBIENTAL.

- Autorización Dirección Justicia y Vigilancia
- Copia calificación Artesanal.
- Copia Acta de constitución de Empresa.
- Copia Acta de nombramiento de representante legal.
- Copia estatutos de la organización.
- Copia acuerdo ministerial.
- Copia declaración Impuesto a la Renta

Permisos sanitarios:

- Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento.
- Certificado(s) de salud.
- Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

Licencia Anual de Funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- Patente municipal actualizada
- Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- Copia certificada del RUC o RISE
- Lista de precios del establecimiento turístico
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

**Dentro de los principales requisitos para implantar un emprendimiento podemos citar los siguientes:**

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos – Bioq. Farmacéutico) en caso de industria y pequeña industria.
- Certificado del título profesional del CONESUP
- Lista de productos a elaborar

- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industrias y Pequeñas Industrias).
- Planos de la planta procesadora de alimentos con la distribución de las áreas correspondientes.
- Croquis de ubicación de la planta procesadora.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa (ver página Web). Industria y Pequeña Industria (SECAP, UTE, CAPEIPI, COTEGNA).
- Documentar métodos y procesos de la fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa (ver página Web).
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
- Copia del RUC del establecimiento.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

**Permisos requeridos para implantar el emprendimiento.**

1. Solicitud para permiso de funcionamiento.
2. Planilla de inspección.
3. Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (Restaurantes, bar-restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos)
4. Certificado de capacitación en manipulación de alimentos
5. Copia RUC del establecimiento
6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud.
7. Copias de la cédula y certificado de votación del propietario.
8. Copias del permiso de funcionamiento del cuerpo de bombero.

La solicitud para permiso de funcionamiento puede ser obtenida sin costo en la página web: [www.dpsp.gov.ec](http://www.dpsp.gov.ec); o en las 22 áreas de salud de la provincia (Pública, 2014)

#### 4.6.6 *Mitigar el impacto ambiental*



##### **Reducir**

Se refiere principalmente a consumir menos, evitar comprar objetos nuevos o de moda que seguramente terminarán en la basura, y por lo tanto, contaminando. También se refiere a disminuir nuestro gasto de agua y energía, ya que las fuentes actuales son altamente contaminantes. De este modo agotaremos menos recursos, generaremos menos contaminación y basura y, desde luego, ganaremos en calidad de vida. Si viajamos más el transporte público o en bicicleta, usamos pilas recargables, apagamos las luces y desconectamos los aparatos eléctricos cuando no los utilizamos, estaremos contribuyendo al ahorro energético.

##### **Reutilizar**

Es otra de las actitudes que necesitamos poner en práctica para disminuir la contaminación y dejar de degradar el ambiente. Es necesario utilizar al máximo las cosas que ya tenemos, sin necesidad de tirarlas o destruirlas, es decir; alargar la vida de cada producto. La mayoría de los bienes pueden tener más de una vida útil, ya sea reparándolos o utilizando la imaginación para darles otro uso y de este modo evitar comprar cosas nuevas, sobre todo aquellas que están hechas de materiales contaminantes como el plástico o unicel.

##### **Reciclar**

Se trata de rescatar lo posible de un material que ya no sirve para nada (comúnmente llamado basura) y convertirlo en un producto nuevo. Es una forma en la que se reincorpora la materia prima al ciclo los materiales para crear nuevas cosas sin necesidad de gastos energéticos y sin aumentar el volumen de residuos. El reciclaje ha de volverse un hábito, para poder conseguir un equilibrio entre lo que se produce, lo que se consume y lo que se desecha, intentando siempre generar la menor cantidad posible de basura. Reciclar vidrio, materia orgánica, llantas o plástico, son algunos ejemplos.

Para realizar el estudio ambiental se va a efectuar la siguiente matriz para poder mitigar la afectación causada por la pastelería al medio ambiente.

**Tabla 4-430:** Mitigación del Impacto Ambiental

<b>Daños ocasionados por los procesos de producción y por las actitudes pre operativas</b>	<b>Impacto</b>	<b>Medidas de mitigación</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Costo</b>
El agua	Contaminación por desechos de producción.	Medición de flujos de agua, señalética para evitar arrojar desperdicios orgánicos. Recolección del agua en tanques de plástico.	-Colocar tanques de plástico para almacenar agua lluvia. -Capacitadores que den charla sobre el cuidado del ambiente.	80.00
El suelo	Contaminación por desechos orgánicos, inorgánicos y plásticos. Contenedores de basura. Realizar una limpieza continua	Implementación de basureros con sus respectivas clasificaciones. Tachos de basura	Basureros orgánicos. Basureros inorgánicos. Basureros para plásticos.	30.00
El aire	Contaminación por partículas en el ambiente de producción. Colocar una campana extractora de olores. Evitar el uso de aerosoles.	Situación de calidad, clima dentro del establecimiento, mejoramiento del ambiente. Fundas de basura con cierre.	Norma para no contaminar el medio ambiente.	106.00
			<b>TOTAL</b>	<b>316.00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

## Agua

Las medidas de mitigación del agua, serán de vital importancia en el control de la contaminación y reducción de uso de la misma, evitando su derroche.

### Medidas de mitigación del agua:

Recolectar en tanques de plástico toda agua que contenga productos químicos como desinfectantes.

-Instalar trampas de grasas y de materiales sólidos, en el área de producción

-Evitar el derroche de agua al lavar los utensilios.

Uso de desinfectantes biodegradables para la limpieza de la planta.

-Capacitación constante a los trabajadores sobre la importancia del ahorro del agua.

## Suelo

-Se implantará un Área específica para el depósito de desechos sólidos que se encuentre lejos de la planta de producción.

-Adquirir recipientes para contener material sólido y las cuales cuenten con seguridad para evitar el contacto con el medio, sea de fácil limpieza y de almacenamiento.

-Realizar una limpieza continua tanto de sectores cerca de la empresa o (micro emprendimiento) con en sus alrededores.

-Siembra continúa de plantas en distintos puntos de la empresa (micro emprendimiento).

## Aire

-Colocar una campana extractora de olores.

-Realizar un mantenimiento de la campana extractora

-Todo desecho se colocara en fundas industriales de basura que contengan cierres para evitar la emanación de olores.

-Evitar el uso de aerosoles para mitigar la contaminación.

### 4.6.6.1. Acciones remediales

**Tabla 4-44:** Acciones remediales

Detalle	Reciclar	Reducir	Reutilizar
Fundas plásticas	X	X	X
Cartones	X	X	
Papel aluminio			X
Botellas plásticas	X		X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alexandra Farinango

En el Restaurante se tomará acciones remediales entre ellas tenemos fundas plásticas las cuales en ellas llegan las compras y así reduce el impacto ambiental y lo reutilizamos en alguna función en el área de producción o ventas.

Se reducirá la utilización de cartones y se reciclara para guardar productos o para su venta.

En el área de producción los restantes de papel aluminio se reutilizará para las cocinas para mantener una limpieza después de utilizarlo.

Los envases plásticos serán reciclados y reutilizados tanto para el uso del restaurante o para venderlos y generar un ingreso más a la empresa.

## 4.7 Estudio Financiero

### 4.7.1 Análisis de la inversión

**Tabla 4-45:** Análisis de la inversión

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL DE INVERSION
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>			
MAQUINARIA Y EQUIPO		843,97	843,97
EQUIPO DE COMPUTO		324,50	324,50
MUEBLES Y ENSERES		630,00	630,00
MENAJE Y VAJILLA		330,70	330,70
IMPREVISTOS (1%)		21,29	21,29
<b>2. ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
GASTOS DE ORGANIZACIÓN		198,26	198,26
GASTOS DE INSTALACIÓN		46,00	46,00
GASTOS DE PUBLICIDAD		14,67	14,67
GASTOS EXPERIMENTACIÓN		58,14	58,14
IMPREVISTOS (1%)		3,17	3,17
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>			
MATERIA PRIMA		2.948,82	2.948,82
MATERIALES INDIRECTOS		73,65	73,65
MANO DE OBRA DIRECTA		1.640,25	1.640,25
MANO DE OBRA INDIRECTA		1.640,25	1.640,25
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES		9,60	9,60
SERVICIOS BÁSICOS		278,07	278,07
GASTO ARRIENDO		525,00	525,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS(sueldos)		1.640,25	1.640,25
SUMINISTROS Y MATERIALES		273,75	273,75
CAJA – BANCOS	2.000,00		2.000,00
CONTINGENCIA (1%)		110,30	110,30
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>2.000,00</b>	<b>11.610,63</b>	<b>13.610,63</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se especifica la inversión necesaria para el desarrollo del restaurante.

4.7.1.1 Fuentes y usos

**Tabla 4-46:** Fuentes y Usos

RUBROS	USOS DE FONDOS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
		REC.PROPIO	BANCO	PROVEEDORES
<b>1. INVERSIONES FIJAS</b>				
MAQUINARIA Y EQUIPO	843,97		843,97	
EQUIPO DE COMPUTO	324,50		324,50	
MUEBLES Y ENSERES	630,00		630,00	
MENAJE Y VAJILLA	330,70		330,70	
IMPREVISTOS (1%)	21,29		21,29	
<b>2. ACIVOS DIFERIDOS</b>				
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	198,26		198,26	
GASTOS DE INSTALACIÓN	46,00		46,00	
GASTOS DE PUBLICIDAD	14,67		14,67	
GASTOS DE EXPERIMENTACIÓN	58,14		58,14	
IMPREVISTOS (1%)	3,17		3,17	
<b>3. CAPITAL DE TRABAJO</b>				
MATERIA PRIMA	2.948,82			2.948,82
MATERIALES INDIRECTOS	73,65		73,65	
MANO DE OBRA DIRECTA	1.640,25		1.640,25	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1.640,25		1.640,25	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	9,60		9,60	
SERVICIOS BASICOS	278,07		278,07	
GASTO ARRIENDO	525,00		525,00	
SUELDOS				
ADMINISTRATIVOS(sueldos)	1.640,25		1.640,25	
SUMINISTROS Y MATERIALES	273,75		273,75	
CAJA - BANCOS	2.000,00	2.000,00		
CONTINGENCIA (1%)	110,30		110,30	
<b>TOTAL</b>	<b>13.610,63</b>	<b>2.000,00</b>	<b>8.661,82</b>	<b>2.948,82</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se mostró las fuentes que tendrá el restaurante y los usos que se va a dar de manera detallada.

## 2. Total de la inversión

**Tabla 4-347:** Total de la inversión

TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	2.150,46
ACTIVOS DIFERIDOS	320,24
CAPITAL DE TRABAJO	11.139,94
<b>TOTAL</b>	<b>13.610,63</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se destaca el total de la inversión del restaurante en sus activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

## 3. Amortización de crédito bancario

### Amortización del préstamo.

**Tabla 48:** Amortización del préstamo

PERIODO	CAPITAL PRESTABLE	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	6661,82	599,56	2.220,61	2.820,17	4.441,21
2	4441,21	399,71	2.220,61	2.620,31	2.220,61
3	2220,61	199,85	2.220,61	2.420,46	-
<b>TOTAL</b>	<b>13323,63</b>	<b>1.199,13</b>	<b>6.661,82</b>	<b>7.860,94</b>	<b>6.661,82</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** Aquí en la siguiente tabla se verifica la amortización del crédito bancario del restaurante.

### 4.7.2 Presupuestos

#### 4.7.2.1 Presupuestos de costos de producción

**Tabla 49:** Presupuesto de costo de producción

ESTRUCTURA DE COSTO Y GASTOS DEL PROYECTO					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1.COSTOS DE PRODUCCION</b>					
MATERIA PRIMA	11.795,27	12.280,06	12.784,77	13.310,22	13.857,28
MANO DE OBRA DIRECTA	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	73,65	76,68	79,83	83,11	86,53

<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	38,40	39,98	41,62	43,33	45,11
MANTENIMIENTO	110,00	114,52	119,23	124,13	129,23
SERVICIOS BÁSICOS	556,14	579,00	602,79	627,57	653,36
SUMINISTROS Y MATERIALES	273,75	285,00	296,71	308,91	321,61
AMORTIZACION DE GASTO DE EXPERIMENTACIÓN	11,63	11,63	11,63	11,63	11,63
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	66,63	60,63	55,18	50,21	45,69
CONTINGENCIA 1%	110,30	110,30	110,30	110,30	110,30
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>19.463,51</b>	<b>20.267,18</b>	<b>21.103,10</b>	<b>21.972,66</b>	<b>22.877,31</b>
<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
GASTO ARRIENDO	1.575,00	1.575,00	1.575,00	1.575,00	1.575,00
AMORTIZACION DE GASTO ORGANIZACIÓN	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65
SERVICIOS BÁSICOS	278,07	289,50	301,40	313,78	326,68
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	92,04	62,28	42,14		
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	69,91	69,91	69,91	69,91	69,91
IMPREVISTOS 1%	3,17	3,30	3,44	3,58	3,72
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>8.434,77</b>	<b>8.745,74</b>	<b>9.058,66</b>	<b>9.405,60</b>	<b>9.722,94</b>
<b>3. GASTO DE VENTAS</b>					
AMORTIZACIÓN DE GASTO PUBLICIDAD	8,80	8,80	8,80	8,80	8,80
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	19,74	17,96	16,34	14,87	13,53
SERVICIOS BÁSICOS	278,07	289,50	301,40	313,78	326,68
IMPREVISTOS 1%	21,29	22,17	23,08	24,03	25,01
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>6.888,90</b>	<b>7.133,16</b>	<b>7.428,33</b>	<b>7.735,41</b>	<b>8.054,93</b>
<b>4. GASTOS FINANCIEROS</b>					
INTERÉS BANCARIO	599,56	399,71	199,85		
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>599,56</b>	<b>399,71</b>	<b>199,85</b>		
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>35.386,74</b>	<b>36.545,80</b>	<b>37.789,94</b>	<b>39.113,68</b>	<b>40.655,18</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla de presupuesto de costo de producción nos indica cual es la división del presupuesto para el área de producción del restaurante.

#### 4.7.2.2 Presupuesto de gastos de administración

**Tabla 50:** Presupuesto de gasto de la administración

<b>2. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
GASTO ARRIENDO	1.575,00	1.575,00	1.575,00	1.575,00	1.575,00
AMORTIZACION DE GASTO ORGANIZACIÓN	39,65	39,65	39,65	39,65	39,65
SERVICIOS BÁSICOS	278,07	289,50	301,40	313,78	326,68
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	92,04	62,28	42,14		
AMORTIZACION DE GASTOS DIFERIDOS	69,91	69,91	69,91	69,91	69,91
IMPREVISTOS 1%	3,17	3,30	3,44	3,58	3,72
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>8.434,77</b>	<b>8.745,74</b>	<b>9.058,66</b>	<b>9.405,60</b>	<b>9.722,94</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** La tabla de presupuesto de gastos de administración nos indica cual es la división del presupuesto para el área de administración y sus gastos.

#### 4.7.2.3 Presupuesto de gastos de ventas

**Tabla 51:** Presupuestos de gastos de ventas

<b>3. GASTO DE VENTAS</b>					
AMORTIZACION DE GASTO PUBLICIDAD	8,80	8,80	8,80	8,80	8,80
SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	6.561,00	6.830,66	7.111,40	7.403,68	7.707,97
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	19,74	17,96	16,34	14,87	13,53
SERVICIOS BÁSICOS	278,07	289,50	301,40	313,78	326,68
IMPREVISTOS 1%	21,29	22,17	23,08	24,03	25,01
<b>TOTAL GASTO DE VENTAS</b>	<b>6.888,90</b>	<b>7.133,16</b>	<b>7.428,33</b>	<b>7.735,41</b>	<b>8.054,93</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** La tabla de presupuesto de gastos indica cual es la división del presupuesto para el área de gastos y ventas.

#### 4.7.2.4 Presupuesto de gastos financieros

**Tabla 52:** Presupuesto de gastos financieros

4. GASTOS FINANCIEROS	Año 1	Año 2	Año 3
INTERES BANCARIO	599,56	399,71	199,85
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>599,56</b>	<b>399,71</b>	<b>199,85</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** La tabla de presupuestos de gastos financieros indica cual es la división del presupuesto para el área financiera y sus gastos.

#### 4.7.3 Proyección de ventas

**Tabla 53:** Proyección de ventas

PROYECCION DE VENTAS																
N°	TIPO DE RECETA ESTANDAR	CANTIDAD DIARIA	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO POR PAX	PRECIO TOTAL	PVP	P.TOTAL	VENTAS ANUAL	VENTAS ANUAL 1	VENTAS ANUAL 2	VENTAS ANUAL 3	VENTAS ANUAL 4	VENTAS ANUAL 5	
1	FRITADA	6	30	120	1.440	0,69	4,17	3,47	20,83	4.999,21	5.204,68	5.418,59	5.641,29	5.873,15	6.114,54	
2	PAPAS CON CUY	5	25	100	1.200	0,77	3,84	3,84	19,19	4.606,74	4.796,07	4.993,19	5.198,41	5.412,07	5.634,50	
3	PAPAS CON CUERO	4	20	80	960	0,46	1,85	2,31	9,25	2.220,57	2.311,84	2.406,85	2.505,78	2.608,76	2.715,98	
4	HORNADO	5	25	100	1.200	0,56	2,78	2,78	13,90	3.336,93	3.474,08	3.616,86	3.765,51	3.920,28	4.081,40	
5	YAGUARLOCRO	5	25	100	1.200	0,58	2,90	1,16	5,80	1.390,84	1.448,00	1.507,51	1.569,47	1.633,98	1.701,13	
6	CALDO DE PATA	4	20	80	960	0,44	1,77	2,21	8,83	2.118,85	2.205,94	2.296,60	2.390,99	2.489,26	2.591,57	
7	CALDO DE GALLINA	5	25	100	1.200	0,43	2,14	2,14	10,72	2.573,84	2.679,62	2.789,76	2.904,41	3.023,79	3.148,06	

8	CEVICHE DE CHOCHOS	5	25	100	1.200	0,28	1,41	1,41	7,07	1.695,63	1.765,32	1.837,87	1.913,41	1.992,05	2.073,93
9	MELLOCO CON HABAS	6	30	120	1.440	0,12	0,72	0,60	3,59	861,26	896,65	933,51	971,87	1.011,82	1.053,40
10	CHOCLO CON QUESO	6	30	120	1.440	0,26	1,56	1,30	7,79	1.868,77	1.945,58	2.025,54	2.108,79	2.195,46	2.285,70
11	TORTILLAS DE PIEDRA	8	40	160	1.920	0,09	0,71	0,44	3,55	851,37	886,36	922,79	960,72	1.000,20	1.041,31
12	HUMITAS	6	30	120	1.440	0,26	1,54	1,28	7,68	1.842,70	1.918,44	1.997,29	2.079,38	2.164,84	2.253,81
13	TAMAL	5	25	100	1.200	0,26	1,28	1,28	6,39	1.532,69	1.595,68	1.661,27	1.729,54	1.800,63	1.874,63
14	QUIMBOLITO	5	25	100	1.200	0,18	0,92	0,92	4,61	1.105,80	1.151,25	1.198,57	1.247,83	1.299,12	1.352,51
15	MOROCHO	4	20	80	960	0,18	0,70	0,88	3,51	842,65	877,28	913,34	950,88	989,96	1.030,65
16	COLADA MORADA	5	25	100	1.200	0,26	1,31	1,31	6,56	1.574,46	1.639,18	1.706,55	1.776,68	1.849,71	1.925,73
17	ROMPE NUCA DE MORA	7	35	140	1.680	0,23	1,62	1,16	8,11	1.947,17	2.027,20	2.110,52	2.197,26	2.287,57	2.381,59
18	ROMPE NUCA DE TOMATE	8	40	160	1.920	0,23	1,85	1,16	9,27	2.225,34	2.316,80	2.412,02	2.511,16	2.614,36	2.721,81
19	ROMPE NUCA DE NARANJILLA	5	25	100	1.200	0,23	1,16	1,16	5,80	1.390,84	1.448,00	1.507,51	1.569,47	1.633,98	1.701,13
20	CAFÉ PASADO	6	30	120	1.440	0,15	0,88	0,73	4,39	1.054,31	1.097,64	1.142,75	1.189,72	1.238,62	1.289,53
	<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>550</b>	<b>2.200</b>	<b>26.400</b>	<b>6,66</b>	<b>35,10</b>	<b>31,55</b>	<b>166,83</b>	<b>40.039,97</b>	<b>41.685,62</b>	<b>43.398,89</b>	<b>45.182,59</b>	<b>47.039,59</b>	<b>48.972,92</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** La siguiente tabla se referencia a la proyección de ventas de la materia prima del restaurante.

#### 4.7.4 Estado de Ganancias y Pérdidas

**Tabla 54-41:** Estado de ganancias y pérdidas

ESTADO DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	40.039,97	41.685,62	43.398,89	45.182,59	47.039,59
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	19.463,51	20.267,18	21.103,10	21.972,66	22.877,31
(=) UTILIDAD BRUTA	20.576,46	21.418,43	22.295,79	23.209,93	24.162,28
(-) GASTO DE ADMINISTRACIÓN	8.434,77	8.745,74	9.058,66	9.405,60	9.722,94
(-) GASTO DE VENTAS	6.888,90	7.133,16	7.428,33	7.735,41	8.054,93
(=)UTILIDAD OPERATIVA	5.252,79	5.539,52	5.808,81	6.068,91	6.384,42
(-) GASTO FINANCIERO	599,56	399,71	199,85		
(=) UTILIDAD NETA	4.653,23	5.139,82	5.608,95	6.068,91	6.384,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se ve que el estado preformado de resultados donde nos indica las pérdidas y ganancias del restaurante y nos indica que es positivo.

#### 4.7.5 Estado de Situación Financiera

**Tabla 55:** Estado de Situación Financiera

BALANCE GENERAL						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>						
ACTIVO CORRIENTE (Capital de trabajo)	11139,94	13573,89	13950,62	14307,84	12321,38	12664,53
ACTIVO FIJO	2150,46	2150,46	2150,46	2150,46	2150,46	2150,46
DEPRECIACION ACUMULADA	1244,27	178,40	140,87	113,66	65,08	59,23
DIFERIDOS (Valor amortización anual)	349,57	279,66	209,74	139,83	69,91	0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>14884,24</b>	<b>16182,41</b>	<b>16451,69</b>	<b>16711,79</b>	<b>14606,84</b>	<b>14874,21</b>
<b>PASIVOS</b>						
PASIVO CORRIENTE (Interés Bancario)		599,56	399,71	199,85		
PASIVO LARGO/PLAZO ( Crédito Bancario)	6661,82	2220,61	2220,61	2220,61		
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6661,82</b>	<b>2820,17</b>	<b>2620,31</b>	<b>2420,46</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	8222,42	8222,42	8222,42	8222,42	8222,42	8222,42
Resultado del Ejercicio ( Utilidad Neta)	4653,23	5139,82	5608,95	6068,91	6384,42	6651,79
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>12875,65</b>	<b>13362,24</b>	<b>13831,38</b>	<b>14291,33</b>	<b>14606,84</b>	<b>14874,21</b>
<b>TOTAL PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>19537,47</b>	<b>16182,41</b>	<b>16451,69</b>	<b>16711,79</b>	<b>14606,84</b>	<b>14874,21</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se demuestra el balance general que nos indica que la situación financiera está en positivo.

#### 4.7.6 Estado de Flujo del Efectivo

**Tabla 4-56:** Estado de Flujo del Efectivo

		AÑOS					
	RUBROS	0	1	2	3	4	5
(+)	Ventas		40.039,97	41.685,62	43.398,89	45.182,59	47.039,59
(-)	Costos Producción		19.463,51	20.267,18	21.103,10	21.972,66	22.877,31
(-)	Gasto Administrativo		8.434,77	8.745,74	9.058,66	9.405,60	9.722,94
(-)	Gasto Ventas		6.888,90	7.133,16	7.428,33	7.735,41	8.054,93
(-)	Gasto Financieros		599,56	399,71	199,85		
(.)	Amortización act. Diferido		69,91	69,91	69,91	69,91	69,91
(=)	<b>Utilidad. Antes de Rep.Ut. E Imp.</b>		<b>4.653,23</b>	<b>5.139,82</b>	<b>5.608,95</b>	<b>6.068,91</b>	<b>6.384,42</b>
(=)	<b>Utilidad Neta</b>		<b>4.653,23</b>	<b>5.139,82</b>	<b>5.608,95</b>	<b>6.068,91</b>	<b>6.384,42</b>
(+)	Depreciaciones		149,94	149,94	149,94	149,94	149,94
(+)	Amort.Act.Nomin al		69,91	69,91	69,91	69,91	69,91
(-)	Inversión Maq. Y Equipo.	843,97					
(-)	Inv. Terreno y Obra Física						
(-)	Inversión Otros	1.285,20					
(-)	Inv. Act. Nominal	320,24					
(-)	Inv. Capital de Trabajo	11.139,94					
(-)	Vehículo						
(-)	Imprevisto	21,29					
(+)	Recup. Capital Trabajo						
(+)	Préstamo						
(-)	Amort. Préstamo		- 2.220,61	- 2.220,61	- 2.220,61		
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>13.610,63</b>	<b>2.652,48</b>	<b>3.139,06</b>	<b>3.608,20</b>	<b>6.288,76</b>	<b>6.604,27</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla de estado de flujo del efectivo se indica que el restaurante tendrá un buen flujo en caja desde el año cero.

#### 4.7.8 Evaluación Económica

$$PRUEBA ACIDA = \frac{ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS}{PASIVO CORRIENTE}$$

$$\frac{11118,38 - 1299,65}{6735,91}$$

$$\frac{9818,73}{6735,91} \\ 1,46$$

**Análisis:** La prueba acida realizada con la finalidad de identificar el proyecto sea factible al momento de ejecutar, ha dado como resultado positivo el cual indica que por cada dólar de deuda a corto plazo se tiene un dólar con cuarenta y seis centavos (\$ 1,46) para cubrir la deuda adquirida al iniciar el emprendimiento.

#### 4.7.9 Evaluación Financiera

Flujo Neto del Efectivo

**Tabla 57:** Flujo Neto del Efectivo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESO/VENTAS	40.039,97	41.685,62	43.398,89	45.182,59	47.039,59	48.972,92
Costos	19.463,51	20.267,18	21.103,10	21.972,66	22.877,31	23.814,91
Flujo neto	20.576,46	21.418,43	22.295,79	23.209,93	24.162,28	25.158,01

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

## Valor Actual Neto

**Tabla 58:** Valor Actual Neto

<b>TABLA VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>				
N°	FNE		FNE /	$(1 + i)^{n}$
INVERSION	-	13.610,63	-	13.610,63
1	2.652,48		1,12	2.368,28
2	3.139,06		1,25	2.502,44
3	3.608,20		1,40	2.568,25
4	6.288,76		1,57	3.996,62
5	6.604,27		1,76	3.747,44
<b>TOTAL</b>				<b>1.572,40</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se indica el valor actual neto y la tasa interna de retorno que tiene el restaurante.

## Tasa Interna De Retorno

**Tabla 59:** Tasa Interna de Retorno

<b>TASA INTERNA DE RETORNO(TIR)</b>	
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>VAN</b>
0%	\$ 8.682,14
8%	\$ 3.518,09
9%	\$ 2.998,55
10%	\$ 2.501,91
11%	\$ 2.026,92
<b>12%</b>	<b>\$ 1.572,40</b>
13%	\$ 1.137,25
14%	\$ 720,44
15%	\$ 321,01

<b>TIR</b>	<b>16%</b>
------------	------------

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se indica la tasa mínima de retorno que tiene el restaurante la cual es positiva.

## Relación Beneficio Costo

**Tabla 60:** Relación Beneficio Costo

RELACION BENEFICIO COSTO			
TASA DE DESCUENTO	12%		
Nº	INVERSION	INGRESOS	COSTOS
	- 13.610,63		
1		41.685,62	20.267,18
2		43.398,89	21.103,10
3		45.182,59	21.972,66
4		47.039,59	22.877,31
5		48.972,92	23.814,91
		TOTAL INGRESO	133.871,22
		TOTAL COSTO	65.097,62
		(=) COSTO+INVERSION	51.486,98

<b>RB/C</b>	<b>2,06</b>
-------------	-------------

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se indica la relación beneficio que es de \$2,06.

## Periodo De La Recuperación De Inversión

**Tabla 61:** Periodo de la recuperación de inversión

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION (PRI)					
AÑOS	FLUJOS OPERATIVOS	FLUJO NETO	DIFERENCIA ENTRE FLUJOS E INVERSION	PARCIAL DEL AÑO	PRI
0	- 13.610,63				
1	2.652,48	2.652,48	2.652,48		
2	3.139,06	5.791,54	5.791,54	1,84	2,84
3	3.608,20	9.399,74	9.399,74	2,61	3,61
4	6.288,76	15.688,50	15.688,50	2,49	3,49
5	6.604,27	22.292,77	22.292,77	3,38	4,38
<b>TOTAL</b>	<b>8.682,14</b>			<b>10,32</b>	<b>14,32</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se indica cual es el periodo en el cual se va a recuperar la inversión que se hace para el restaurante.

## Punto De Equilibrio

**Tabla 62:** Punto de Equilibrio

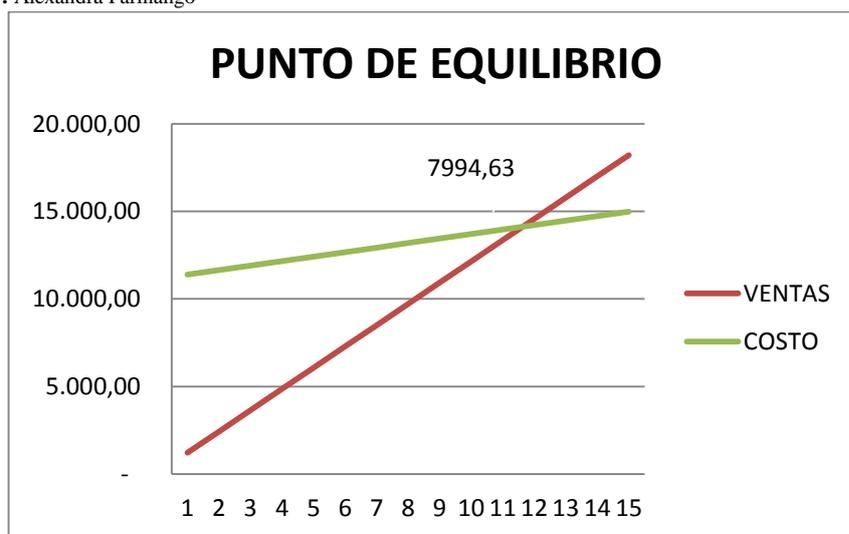
PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	VALOR
COSTO FIJO	11.139,94
PRECIO	1,58
COSTO VARIABLE	0,33
PUNTO DE EQUILIBRIO	8.951,85
UTILIDAD	0

**Tabla 63:** Punto de Equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTO	UTILIDADES
770	1.214,49	11.396,22	- 10.181,73
1.540	2.428,99	11.652,50	- 9.223,52
2.310	3.643,48	11.908,79	- 8.265,31
3.080	4.857,97	12.165,07	- 7.307,10
3.850	6.072,47	12.421,35	- 6.348,89
4.620	7.286,96	12.677,64	- 5.390,68
5.390	8.501,46	12.933,92	- 4.432,47
6.160	9.715,95	13.190,21	- 3.474,26
6.930	10.930,44	13.446,49	- 2.516,05
7.700	12.144,94	13.702,77	- 1.557,84
8.470	13.359,43	13.959,06	- 599,63
9.240	14.573,92	14.215,34	358,58
10.010	15.788,42	14.471,63	1.316,79
10.780	17.002,91	14.727,91	2.275,00
11.550	18.217,41	14.984,19	3.233,21

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango



**Gráfico 16:** Punto de equilibrio

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** En la tabla se indica el punto de equilibrio que nos enseña la creciente en ventas que es mayor al costo. 7994,63.

#### 4.7.10 Evaluación Social

**Tabla 64-51:** Evaluación Social

EVALUACIÓN SOCIAL		
DETALLE	VALORES	RESULTADO
DESEMPLEO EN CHIMBORAZO	164209	
PERSONAS EMPLEADAS EN EL PROYECTO	4	
APORTE		0,0024%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** La evaluación social indica que el desempleo en la provincia de Chimborazo es de 164209 y tomando en cuenta que las personas a emplear en el restaurante son 4 el aporte es de 0,0024%.

#### 4.7.11 Evaluación Ambiental

**Tabla 652:** Evaluación Ambiental

Daños ocasionados por los procesos de producción y por las actitudes pre operativas	Impacto	Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo
El agua	Contaminación por desechos de producción.	Medición de flujos de agua, señalética para evitar arrojar desperdicios orgánicos. Recolección del agua en tanques de plástico.	-Colocar tanques de plástico para almacenar agua lluvia. -Capacitadores que den charla sobre el cuidado del ambiente.	180.00

El suelo	Contaminación por desechos orgánicos, inorgánicos y plásticos. Contenedores de basura. Realizar una limpieza continua	Implementación de basureros con sus respectivas clasificaciones. Tachos de basura	Basureros orgánicos. Basureros inorgánicos. Basureros para plásticos.	30.00
El aire	Contaminación por partículas en el ambiente de producción. Colocar una campana extractora de olores. Evitar el uso de aerosoles.	Situación de calidad, clima dentro del establecimiento, mejoramiento del ambiente. Fundas de basura con cierre.	Norma para no contaminar el medio ambiente.	106.00
			<b>TOTAL</b>	316.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alexandra Farinango

### Acciones remediales

**Tabla 66:** Acciones remediales

Detalle	Reciclar	Reducir	Reutilizar
Fundas plásticas	X	X	X
Cartones	X	X	
Papel aluminio			X
Botellas plásticas	X		X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alexandra Farinango

**Análisis:** Las bolsas plásticas se reciclaran en un contenedor, se reducirá en una de ellas reutilizando para guardar distintas cosas que se necesiten en el restaurante.

Los envases plásticos se reciclaran en un contenedor y se reutilizara en un contenedor, para guardar detergente y productos de limpieza.

El cartón se reciclara en contenedores y se utilizara para el mismo.

El agua de lavado de productos se utilizara para el riego de plantas alrededor del restaurante.

## CONCLUSIONES

Después de haber realizado un estudio de mercado se concluyó que en el cantón Riobamba hay una cantidad alta de personas que consumen comida tradicional con el afán de satisfacer sus necesidades.

Se concluyó que mediante una ficha de observación se analizó y estudio cada lugar de campo que la mayoría de personas les apetecen de estos platillos tradicionales y que se los puede encontrar en restaurantes cercanos y mercados de la ciudad de Riobamba, dando una mayor aceptabilidad al proyecto.

Se concluyó que es de gran importancia la realización de un plan de empresas conociendo adecuadamente sus respectivos estudios y requerimientos para poner en marcha el negocio. Se elaboró un manual de funciones explicitas a realizar en cada área.

Concluyo afirmando que realizar el estudio financiero evaluando puntualmente cada actividad económica del emprendimiento fue imprescindible ya que así se pudo constatar la rentabilidad del mismo, obteniendo resultados positivos como una inversión del capital que se recupera en 4 años, 5 meses, 7 días y una tasa interna de retorno (TIR) del 16% que brindan al proyecto una liquidez, sostenibilidad y solvencia económica.

## **RECOMENDACIONES**

Es importante conservar la creatividad en los productos que se ofrecerá dentro del mismo restaurante, para poder cubrir la demanda insatisfecha y así poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Es recomendable verificar bien cada paso que se da para realizar correctamente la ficha de observación en cuanto a la comida tradicional que consumen los pobladores de la ciudad de Riobamba, de esta manera llegar al comensal satisfaciendo su necesidad, dando una aceptabilidad al proyecto.

Ejecutar de una manera apropiada el manual de funciones para realizar correctamente las ocupaciones establecidas sin error alguno. Manteniendo capacitaciones y actualizaciones continuo en el talento humano para así obtener eficacia y eficiencia en cada uno de los procesos y responsabilidades designadas.

Es recomendable la implementación del estudio financiero y económico que es rentable para la sostenibilidad al ejecutar el emprendimiento del restaurante tradicional para su rentabilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUER HORTALI, M., & PPerez GOROSTEGUI, E. (1997). *Teoría y Práctica de la Economía de la Empresa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- alegsa. (s.f.). *alegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Antonio, J. (Abril de 2010). *Taller de turismo práctico*. Recuperado el 28 de 07 de 2017, de Taller de turismo práctico: <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/servicios-y-funciones-basicas-del.html>
- Artesano, J. N. (21 de 04 de 2014). *Ecuador ama la vida*. Recuperado el 21 de 07 de 2016, de Ecuador ama la vida: <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- BENITEZ Cilyan, G. A. (2009). *Culturas Ecuatorianas ayer y hoy*. Quito: Abya- Yala.
- Brito, J. L. (27 de octubre de 2010). *Excelencias Gourmet*. Recuperado el 28 de 07 de 2017, de Excelencias Gourmet: <http://www.excelenciasgourmet.com/noticia/los-tipos-de-servicios-en-el-restaurante>
- Camus, G. (10 de 07 de 2014). *Chef Potro*. Recuperado el 27 de 07 de 2017, de Chef Potro: <http://www.chefpotro.com/28-tecnicas/80-metodos-y-tecnicas-de-coccion>
- CFN. (s.f.). *ARTESANOS ECUADOR*. Obtenido de ARTESANOS ECUADOR : <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=15>
- Chain, N. y. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico: megraw hill interamericana.
- COCINOVA, E. D. (2012). *LAS MEJORES TAPAS*. Barcelona: De Vecchi Ediciones S.A.
- D., M. W. (2012). *Manual de técnica de la investigación educativa*. México: Editorial Paidós.
- Gardey, J. P. (2013). *DEFINICIÓN*. Obtenido de <http://definicion.de/emprendimiento/>
- Gaspar, A. C. (27 de 06 de 2017). *Mail x Mail*. Recuperado el 14 de 12 de 2010, de Mail x Mail: <http://www.mailxmail.com/curso-operacion-restaurantes-bares/origen-definicion-presentacion-restaurante>
- Goligosrsky, L. (2008). *Gastronomía todo lo que debe saber*. Barcelona: Robinbook, s.l., Barcelona.
- H., Á. B. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Edición Electrónica.
- IICA. (1996). *Evaluación y seguimiento del impacto ambiental en proyectos de inversión para el desarrollo agricultura*. San José: Series Publicaciones Misceláneas.
- Iribe, I. (2017). *Tipos de establecimiento y B*. España: Ad Choices.

- Junta Nacional de Defensa del Artesano, (. (21 de ABRIL de 2014). *JNDA*. Obtenido de JNDA: <http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Larousse. (2009). *Origen de los restaurantes*. Barcelona: Barcelona/España 1989.
- Leal, R. L. (2014). *Procesos de cocina*. Madrid: Vision Libros.
- Long, J. (2003). *Conquista y Comida*. Mexico: Ciudad Universitaria 04510. Mexico. D.F.
- M., T. (1999). *Serie Aprender a Investigar*. Bogotá: ICFES.
- Mary. (16 de 05 de 2012). *Gastronomía Ecuatoriana*. Recuperado el 27 de 07 de 2017, de Gastronomía Ecuatoriana: <http://mariuxielizabeth1996.blogspot.com/>
- Monroy, P. (2004). *Introducción de la Gastronomía*. Mexico: Limusa S.A. 2004.
- PHILLIP, K., Paul, B., & THOMAS, H. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales* (Paidós Ibérica S.A ed.).
- Rafael Lozano Leal, A. M. (2014). *Procesos de Cocina*. Madrid: Vision Libros.
- Rivadeira, F. (2010). *Cuántos tipos de servicios hay*. Ecuador: Desarrollado por UnderMedia S.A.
- Santos, T. (2008). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- Shujel. (14 de Enero de 2015). *Emprendedores*. Recuperado el 16 de Agosto de 2016, de Emprendedores: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Soto, W. R. (1993). Estudio de factibilidad, Estudio de mercado, técnico y económico. En *Sotp, William Reube* (págs. 71,72). San Jose Costa Rica: IICA.
- Tote, F. G. (2015). *El Estado de las Gastronomías*. España: Nobel, S.A.
- UNIVERSO, E. (2007). Diario el universo revista digital el hielo del chimborazo. *Servindi*, 2.

## ANEXOS

### Anexo A: Encuesta

## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA



### ESCUELA DE GASTRONOMÍA

#### Objetivo

Determinar el Grado de Factibilidad para la Creación de un Restaurante tradicional en la Ciudad de Riobamba.

**Sexo:** F\_\_\_ M\_\_\_      **Edad:** \_\_\_\_\_      **Ocupación:** \_\_\_\_\_

**Nivel de Estudio.** Primario\_\_\_ Secundario\_\_\_ Superior\_\_\_ Especialización\_\_\_

**Estado Civil.** Soltero\_\_\_ Casado\_\_\_ Divorciado\_\_\_ Viudo\_\_\_

#### 1.- ¿Sale Ud. a comer fuera de casa?

Sí\_\_\_ No\_\_\_

#### 2.- ¿Con que frecuencia asiste Ud. a un restaurante?

Diariamente\_\_\_

Semanal\_\_\_

Mensual \_\_\_

Semestral\_\_\_

Anual \_\_\_

#### 3.- ¿Por qué razón prefiere comer en un restaurante?

No, yo prefiero comer en casa \_\_\_\_\_

Por diversión \_\_\_\_\_

Por falta de tiempo para cocinar \_\_\_\_\_

Otro \_\_\_\_\_

#### 4.- ¿En caso de ser comida típica ¿Qué plato prefiere?

Llapingachos \_\_\_\_\_

Yahuarlocro \_\_\_\_\_

Hornado \_\_\_\_\_

Fritada \_\_\_\_\_

Cuy Asado \_\_\_\_\_

Morocho \_\_\_\_\_

Locro de papa \_\_\_\_\_

5 ¿Le gustaría una entrada antes de que llegue su plato?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Le es indiferente \_\_\_\_\_

6 ¿Cree usted que en la ciudad de Riobamba sea factible un restaurante de comida tradicional donde su producto principal sea la papa en sus diferentes técnicas y métodos culinarios?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Porque \_\_\_\_\_

7 ¿A través de que medio le gustaría recibir información del restaurante?

7.7.5.1 Medio	7.7.5.2 Cual
7.7.5.3 Prensa _____	7.7.5.4 _____
	7.7.5.5 _____
7.7.5.6 Televisión	7.7.5.7 _____
_____	7.7.5.8 _____
7.7.5.9 Radio _____	7.7.5.10 _____
	7.7.5.11 _____
	7.7.5.12 _____

8 ¿Cuánto le gustaría gastar por salida a un restaurante?

\$2 a \$20 \_\_\_\_\_

\$21 a 40 \_\_\_\_\_

\$41 a \$60 \_\_\_\_\_

61 en adelante \_\_\_\_\_

9 ¿Qué te gustaría encontrar en un restaurante tradicional para que supere tus expectativas?

---

---

10 ¿Conoce Ud. sobre restaurantes que brinde este tipo de comida tradicional en la ciudad?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

En caso de ser afirmación su respuesta que tipos de establecimientos ha visitado \_\_\_\_\_

---

11 ¿Qué tipo de comida le atraería a Ud. en el momento de salir a un restaurante?

Tradicional \_\_\_\_\_ Comida rápida \_\_\_\_\_ China \_\_\_\_\_ Otras \_\_\_\_\_

12 ¿Con quién va a comer a un restaurante?

Familia \_\_\_\_\_ Amigos \_\_\_\_\_ Pareja \_\_\_\_\_ Negocios \_\_\_\_\_ Solo \_\_\_\_\_

13 ¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante por este sector que ofrezca comida ecuatoriana?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

### Anexo B: Carta de Menú



**ABorigen**  
COMIDA TRADICIONAL  
*Con la sazón incomparable de mi tradición...*

**ENTRADA**

Humitas de Sal..... 0.45 ctvs  
 Bolón de Verde..... 0.90 ctvs  
 Melloco con Habas..... 1.25 usd  
 Quimbolito..... 0.45 ctvs

**PLATOS FUERTES**

Yahuarloco Aborigen..... 2.10 usd  
 Llapingacho..... 2.25 usd  
 Hornado de Cerdo..... 3.00 usd  
 Fritada Aborigen..... 3.00 usd  
 Seco de Chivo..... 3.00 usd  
 Locro de Papa..... 2.00 usd

**BEBIDAS**

Fanesca Aborigen..... 4.00 usd  
 Caldo de Gallina..... 2.10 usd

Colada Morada..... 0.90 ctvs  
 Morocho..... 0.80 ctvs  
 Cafe Pasado..... 0.50 ctvs  
 Gaseosas..... 0.50 ctvs  
 Jugo Natural..... 0.60 ctvs

Aborigen Comida Tradicional

**Anexo C: Tríptico**

**POLITICAS**

- Contratar talento humano especializado.
- Ofrecer capacitación constante a los empleados.
- Se deben contratar solo proveedores calificados con sus productos de excelente calidad.
- Mantener las finanzas y cuentas claras y sanas.
- Mantener la higiene en el restaurante.

**ABorigen**  
COMIDA TRADICIONAL  
*Con la sazón incomparable de mi tradición...*

YAHUARLOCO - LOCRO DE PAPA - CALDO DE GALLINA - LLAPINGACHOS  
 SECO DE CHIVO - HORNADO - FRITADA - FANESCA

**PIDELO A DOMICILIO**  
 0999078109  
 alexandra\_ff@hotmail.com  
 AV. CORDOVEZ 28-54 Y CARABOBO

Aborigen Comida Tradicional

**Aborigen**

*El restaurante tradicional "ABORIGEN" brinda un buen servicio con un excelente ambiente agradable para las personas de la ciudad de Riobamba presentando una gran variedad de productos de comida tradicional con un estilo único y original de esta manera poder brindar un servicio personalizado de calidad, obteniendo de esta manera contentos y satisfechos a nuestros clientes.*



**RESTAURANTE TRADICIONAL "ABORIGEN"**

**MISIÓN**

*"Somos un importante restaurante "Aborigen" de comida tradicional ecuatoriana buscando siempre mantener una posición preponderante en el mercado, al brindar un servicio de calidad a nuestros clientes mediante la creatividad, credibilidad, y responsabilidad de un grupo de personas que trabaja en equipo, buscando siempre la satisfacción del cliente a través de la producción de platos con excelente sazón y presentación".*

**VISIÓN**

*"Distinguirnos como el mejor Restaurante de Comida Tradicional Ecuatoriana "Aborigen" en el oeste de la ciudad, se caracterizan por ser un restaurante innovador, de excelente calidad en sus productos y servicio; y sobre todo por la servicialidad del elemento humano, a través del respeto y consideración hacia los semejantes y el medio ambiente".*

**OBJETIVO**

*El principal objetivo de este restaurante es satisfacer los gustos y preferencias de los clientes, utilizando productos de alta calidad a un precio justo y accesible donde demostramos la prioridad a nuestros comensales.*

**ESTRATEGIAS**

- Ubicar un buzón de sugerencias para que el cliente exprese sus necesidades de servicio.
- Para calificar a los proveedores se deben considerar la calidad del producto, el tiempo de entrega y los costos.
- Para la creación de nuevas sucursales en el país se deberá realizar un estudio de mercado.
- Se deberá realizar un proceso de reclutamiento y selección de personal antes de contratar a un trabajador.
- Se realizarán planes anuales de capacitación.

**Aborigen**  
Con la mejor combinación de su tradición...

**Aborigen Comida Tradicional**

Anexo D. Afiche

f Aborígen Comida Tradicional



# ABorígen

COMIDA TRADICIONAL

Con la sazón incomparable  
de mi tradición...!

20%  
DESCUENTO



**PIDELO A  
DOMICILIO**

☎ 0992536190

YAHUARLOCRO - LOCRO DE PAPA - CALDO DE GALLINA - LLAPINGACHOS  
SECO DE CHIVO - HORNADO - FRITADA - FANESCA

AV. CORDOVEZ 28-54 Y CARABOBO

Anexo E: Receta estándar

NOMBRE DE LA RECETA		FRITADA					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE X	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)				
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración X		Congelación		Otros			
N°	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CERDO	400	g	LAVADO	DADOS	HERVIDO	MARINADO	454	2,5	2,20
2	CEBOLLA BLANCA	100	g	LIMPIADO Y DESINFECTADO	BRUNOISE		REFRITO	454	0,5	0,11
3	AJO	10	g	BRUNOISE FINO				10	0,03	0,03
4	CERVEZA	70	ml				MARINADO	1000	1,25	0,09
5	ACEITE	60	ml	DIRECTO			FRITURA	1000	1,5	0,09
6	ACHIOTE	35	ml	DIRECTO			FRITURA	275	1	0,13
7	LECHUGA	40	g					454	0,5	0,04
8	TOMATE RIÑÓN	30	g	PICADO			CHIRIUCHO	454	0,5	0,03
9	AJI	10	g	PICADO			CHIRIUCHO	200	0,25	0,01
10	SAL	10	g					454	0,45	0,01
11	PIMIENTA	4	g					454	0,6	0,01
12	CULANTRO	5	g	PICADO			CHIRIUCHO	20	0,1	0,03
13	PAPA	40	g	PELADA	MEDIOS	HERVIDO	FRITURA	454	0,35	0,03
									Total 4 pax	2,81
									Total	0,70
									PVP	3,51















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



NOMBRE DE LA RECETA		CEVICHE DE CHOCHOS					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA X	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)				
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X		Congelación	Otros			
N°	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CHOCHOS	250	g	PELADOS				454	0,5	0,28
2	CUERO	200	g	LIMPIO	CUARTOS	HERVIDO		454	1	0,44
3	TOMATE	100	g	LIMPIO	CUARTOS		LICUADO	500	0,4	0,08
4	CEBOLLA COLORADA	40	g	PLUMA			CURTIDA	500	0,4	0,03
5	ACEITE	30	ml	DIRECTO				1000	1	0,03
6	LIMON	20	ml				JUGO	60	0,4	0,13
7	ACHIOTE	10	ml				CUERO	275	1	0,04
8	SAL	5	g				JUGO	454	0,45	0,00
9	PIMIENTA	3	g				JUGO	454	0,25	0,00
10	CULANTRO	5	g	BRUNOISE FINO			PICADILLO	20	0,2	0,05
11	TOSTADO	30	g	LAVADO		REVENTADO	DECORACION	454	0,2	0,01
12	CANGUIL	30	g	ENTERO		REVENTADO	DECORACION	454	0,2	0,01
13	VERDE	30	g		RONDELAS	FRITO	DECORACION	454	0,3	0,02
									Total 4 pax	1,13
									Total	0,28
									PVP	1,41





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



NOMBRE DE LA RECETA		CHOCLO CON QUESO				FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax			
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE	POSTRE	MENÚ COM	OTROS (especificar)	4			
CONSERVACIÓN		Ambiente	Refrigeración	X	Congelación	Otros				
N°	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CHOCLO	300	g	ENTERO		HERVIDO		75	0,2	0,80
3	CEBOLLA PI	30	g	PICADO			ENCURTID O	250	0,2	0,02
4	TOMATE	30	ml	PICADO			ENCURTID O	454	0,5	0,03
5	QUESO	80	g	LAMINAS				454	1	0,18
6	SAL	5	g					454	0,45	0,00
									Total 4 pax	1,04
									Total	0,26
									PVP	1,30







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



NOMBRE DE LA RECETA		TAMAL					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE X		POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	4		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X		Congelación	Otros			
N°	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	HARINA DE MAIZ	200	g	TAMIZADO		VAPOR		454	0,5	0,22
2	HOJAS DE ACHIRA	4	u	LAVADAS Y SECAS				25	1	0,16
3	POLLO	80	g	LAVADO	DESMENUSADO	HERVIDO	REFRITO	454	1,3	0,23
4	ACEITE	20	ml	DIRECTO			FRITURA	1000	1	0,02
5	SAL	6	g	DIRECTO				454	0,45	0,01
6	AJO	2	g	MACHACADO			REFRITO	10	0,03	0,01
7	CEBOLLA BLANCA	5	g	LAVADO Y DESINFECTADO	PICADO		REFRITO	454	0,5	0,01
8	HUEVO	50	g			HERVIDO		60	0,15	0,13
9	ZANAHORIA	20	g	LAVADO		HERVIDO	REFRITO	20	0,25	0,25
									Total 4 pax	1,02
									Total	0,26
									PVP	1,28





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



<b>NOMBRE DE LA RECETA</b>		<b>MOROCHO</b>				<b>FECHA DE ELABORACIÓN</b>	<b>#Pax</b>
<b>TIPO DE MENÚ</b>	<b>ENTRADA</b>	<b>BOCADITO</b>	<b>PLATO FUERTE</b>	<b>POSTRE X</b>	<b>MENÚ COMPLETO</b>	<b>OTROS (especificar)</b>	<b>4</b>
<b>CONSERVACIÓN</b>	Ambiente		Refrigeración X		Congelación	Otros	

N°	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	MOROCHO	100	g	REMOJDO		HERVIDO	MOROCHO	454	0,6	0,13
2	LECHE	800	g				MOROCHO	990	0,55	0,44
3	CANELA	15	g				MOROCHO	100	0,25	0,04
4	AZUCAR	40	ml				MOROCHO	454	0,5	0,04
5	PASAS	10	g				MOROCHO	454	2	0,04
									<b>Total 4 pax</b>	<b>0,70</b>
									<b>Total</b>	<b>0,18</b>
									<b>PVP</b>	<b>0,88</b>











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



NOMBRE DE LA RECETA		CAFÉ PASADO					FECHA DE ELABORACIÓN	#Pax		
TIPO DE MENÚ	ENTRADA	BOCADITO	PLATO FUERTE		POSTRE	MENÚ COMPLETO	OTROS (especificar)	4		
CONSERVACIÓN	Ambiente		Refrigeración	X		Congelación	Otros			
Nº	PRODUCTO	CANTIDAD NECESARIA	UNIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA CULINARIA			CANTIDAD EN g	COSTO	COSTO TOTAL
					CORTE	MÉTODO DE COCCIÓN	APLICACIÓN			
1	CAFÉ	28	g	MOLIDO		HERVIDO		454	1	0,06
2	AGUA	800	g					1000	0,6	0,48
3	AZUCAR	40	g					454	0,5	0,04
									Total 4 pax	0,59
									Total	0,15
									PVP	0,73



## **Anexo F: Manual de Funciones**