



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA
EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA – CPA

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS EN EL RECINTO EL DESEO DEL
CANTÓN YAGUACHI.”

AUTORES: FRÍAS SANJINES ALEX STALIN
BANCHÓN VILLAO GERMANIA AQUEDA

TUTOR: ING. JAIME ANDOCILLA CABRERA

MILAGRO, ABRIL DE 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de Proyecto de investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Por la presente que he analizado el proyecto de grado presentado por el señor Alex Stalin Frías Sanjines y la señora Germania Aqueda Banchón Villao, con el título: "Estudio de Factibilidad para la Implementación de un Restaurante de Comidas Típicas en el Recinto El Deseo del Cantón Yaguachi" para optar al título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría - CPA y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Milagro, Abril de 2013.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Andocilla', is written over a horizontal dotted line. The signature is enclosed within a large, hand-drawn oval shape.

Firma del Tutor

Ing. Jaime Andocilla Cabrera.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional o Extranjera.

Milagro, Abril de 2013.

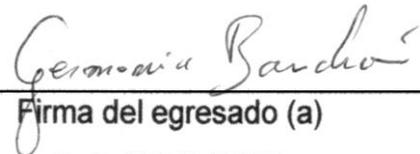
Alex Stalin Frías Sanjines

Germania Aqueda Banchón Villao

Handwritten signature of Alex Stalin Frías Sanjines in black ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and includes the name 'ALEX FRIAS S.'.

Firma del egresado (a)

C. I. 1804152419

Handwritten signature of Germania Aqueda Banchón Villao in black ink, written over a horizontal line. The signature is cursive and includes the name 'Germania Banchón Villao'.

Firma del egresado (a)

C. I. 1204612251



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

CERTIFICACIÓN DE DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría - CPA otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA.....	()
DEFENSA ORAL.....	()
TOTAL.....	()
EQUIVALENTE.....	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

A Dios

Por cada nueva oportunidad de vivir, por ser mi guía en todo momento de mi vida y darme la fuerza que mi alma necesitara, por iluminar mi mente y haber puesto en mi sendero a personas que han sido mi aliciente y mi compañía a lo largo del periodo de estudio.

A mi familia

Mi padre Sr. Mentor Hipólito Frías Álvarez por su apoyo incondicional para que iniciara una carrera y siguiera adelante con mis estudios universitarios, por aquellos valores de superación y perseverancia que infundió en mí cuando aún vivía, desde el cielo sé que seguirás estando conmigo.

Mi madre Sra. Narcisa Sanjines Bravo Vda. de Frías, por ser un pilar fundamental en mi vida al igual que en mis estudios, por sus consejos y la motivación inquebrantable que me ha permitido hoy realizar uno de mis más grandes anhelos.

Mi hermano Christian Frías Sanjines por contagiarme de su alegría y entusiasmo en momentos de abatimiento.

Alex Stalin Frías Sanjines

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso

Por fortalecer mi espíritu y mente permitiéndome culminar mi carrera profesional.

A mis padres

Julio y Rosario quienes han sido y seguirán siendo personas muy importantes en mi vida ya que me enseñaron los valores fundamentales del ser humano haciéndoles merecedores de mi amor y respeto, gracias por estar siempre a mi lado.

A mis hijas

Shaden, Anny, Jayden y Hanna por ser mi motivación en cada paso que doy, por llenar mis días de alegría y ser lo más grande que Dios me ha dado.

A mis hermanos, familiares y amigos por el apoyo que me brindan sin reservas, por escucharme y por sus consejos y estar en los buenos y malos momentos, siempre van a tener un lugar en mi corazón.

Germania Banchón Villao.

AGRADECIMIENTO

A mi tutor

Por su paciencia y amabilidad durante el proceso de realización de este proyecto, por haberme transmitido sus conocimientos y sugerencias mismas que fueron muy bien recibidas.

A mis maestros

A quienes les debo gran parte de mis conocimientos y preparación profesional, gracias por su entereza y enseñanza.

A mis amigos

Quienes dentro y fuera del aula me mostraron siempre su amistad sincera y por haberme brindado palabras de apoyo en momentos difíciles.

De manera especial a la Universidad Estatal de Milagro y sus autoridades, por abrirme las puertas del conocimiento y acogerme como estudiante, permitiéndome realizar mis estudios.

A todos los que de alguna u otra manera estuvieron conmigo siendo un impulso extra para continuar.

¡GRACIAS!

Alex Stalin Frías Sanjines

AGRADECIMIENTO

Expreso mi gratitud a

Mi tutor Jaime Andocilla Cabrera quien asesoró mi trabajo, aportando con sus ideas, sugerencias y comentarios las cuales fueron de gran ayuda para esta investigación.

A mis maestros

Profesionales de elite que me dieron las herramientas necesarias para llegar con éxito hasta este punto de mi carrera universitaria y así ver plasmada una de mis metas.

A las autoridades

De la Universidad Estatal de Milagro por la acogida y darme la oportunidad de formar parte de esta noble institución como una de sus estudiantes.

Germania Banchón Villao.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

De nuestras consideraciones:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer nivel, cuyo tema fue "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS EN EL RECINTO EL DESEO DEL CANTÓN YAGUACHI". Y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, Abril de 2013.

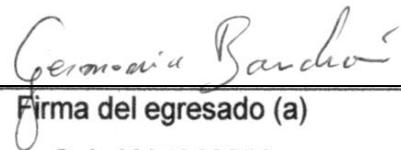
Alex Stalin Frías Sanjines



Firma del egresado (a)

C. I. 1804152419

Germania Aqueda Banchón Villao



Firma del egresado (a)

C. I. 1204612251

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.1.3 Formulación del Problema	3
1.1.4 Sistematización del Problema	4
1.1.5 Determinación del Tema	4
1.2 OBJETIVOS	4
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	4
1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación	4
1.3 JUSTIFICACIÓN	5
CAPITULO II	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales	9
2.1.3 Fundamentación	12
2.2 MARCO LEGAL	14
2.3 MARCO CONCEPTUAL	20
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	22
2.4.1 Hipótesis General	22
2.4.2 Hipótesis Particulares	22
2.4.3 Declaración de Variables	23
2.4.4 Operacionalización de las Variables	24

CAPITULO III	26
MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA	27
3.2.1 Características de la Población.....	27
3.2.2 Delimitación de la Población	27
3.2.3 Tipo de Muestra	28
3.2.4 Tamaño de la Muestra	28
3.2.5 Proceso de Selección	29
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	29
3.3.1 Métodos Teóricos.....	29
3.3.2 Métodos Empíricos	29
3.3.3 Técnicas e Instrumentos	30
3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	30
CAPÍTULO IV	31
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	31
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	31
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	33
4.3 RESULTADOS.....	44
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	45
CAPÍTULO V	47
PROPUESTA	47
5.1 TEMA	47
5.2 FUNDAMENTACIÓN	47
5.3 JUSTIFICACION	51
5.4 OBJETIVOS.....	52
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta	52

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	52
5.5 UBICACIÓN	52
5.6 FACTIBILIDAD.....	54
5.6.1 Análisis de Mercado.....	54
5.6.2 Análisis Administrativo	56
5.6.3 Análisis Técnico.....	63
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	73
5.7.1 Actividades.....	88
5.7.2 Recursos y Análisis Financiero.....	89
5.7.3 Impacto	109
5.7.4 Cronograma	110
5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta	111
CONCLUSIONES	112
RECOMENDACIONES	113
BIBLIOGRAFÍA	114
ANEXOS.....	117

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Declaración de Variables.....	23
Cuadro N° 2: Operacionalización de las Variables.....	24
Cuadro N° 3: Tipo de Ambiente.....	33
Cuadro N° 4: Nivel de Satisfacción	34
Cuadro N° 5: Variedad de Comida Típica	35
Cuadro N° 6: Actividad Laboral	37
Cuadro N° 7: Características del Personal.....	38
Cuadro N° 8: Nivel de Producción.....	39
Cuadro N° 9: Elementos para la Calidad del Servicio	40
Cuadro N° 10: Nivel de Satisfacción de los Clientes	41
Cuadro N° 11: Infraestructura Apropiada	42
Cuadro N° 12: Afluencia de Clientes	43
Cuadro N° 13: Verificación de Hipótesis	45
Cuadro N° 14: Manual de Funciones del Administrador.....	58
Cuadro N° 15: Manual de Funciones del Jefe de Cocina.....	59
Cuadro N° 16: Manual de Funciones del Ayudante de Cocina.....	60
Cuadro N° 17: Manual de Funciones del Capitán de Meseros.....	61
Cuadro N° 18: Manual de Funciones del Mesero.....	62
Cuadro N° 19: Análisis FODA	75
Cuadro N° 20: Matriz FOFA-DODA	76
Cuadro N° 21: Mezcla de Marketing.....	78
Cuadro N° 22: Carta del Menú	79
Cuadro N° 23: Lista de precios.....	82
Cuadro N° 24: Inversión en Activos Fijos	90
Cuadro N° 25: Inversión del Proyecto	91
Cuadro N° 26: Distribución de las Aportaciones.....	91
Cuadro N° 27: Variaciones.....	92
Cuadro N° 28: Detalle de Gastos Proyectado	92
Cuadro N° 29: Gastos Generales Proyectados.....	93
Cuadro N° 30: Gastos de Ventas Proyectado	93
Cuadro N° 31: Costo de Ventas Proyectado	94
Cuadro N° 32: Presupuesto de Ingresos Proyectado.....	96

Cuadro N° 33: Tabla de Amortización (Anual)	99
Cuadro N° 34: Tabla de Amortización (Mensual)	100
Cuadro N° 35: Punto de Equilibrio Año 1	101
Cuadro N° 36: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	102
Cuadro N° 37: Flujo de Caja Proyectado	103
Cuadro N° 38: Balance General Proyectado	104
Cuadro N° 39: Análisis de Sensibilidad	105
Cuadro N° 40: Cronograma.....	110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Tipo de Ambiente	33
Figura N° 2: Nivel de Satisfacción	34
Figura N° 3: Variedad de comida típica.....	36
Figura N° 4: Actividad Laboral.....	37
Figura N° 5: Características del Personal	38
Figura N° 6: Nivel de producción.....	39
Figura N° 7: Elementos para la Calidad del Servicio	40
Figura N° 8: Nivel de Satisfacción de los Clientes.....	41
Figura N° 9: Infraestructura apropiada	42
Figura N° 10: Afluencia de Clientes.....	43
Figura N° 11: Croquis de la ubicación del Recinto El Deseo	53
Figura N° 12: Vista aérea satelital de la ubicación del Recinto El Deseo	53
Figura N° 13: Gráfico del Análisis de las 5 fuerzas PORTER.....	56
Figura N° 14: Estructura Organizacional	57
Figura N° 15: Cocina Industrial con Horno	63
Figura N° 16: Congelador vertical	64
Figura N° 17: Olla Arrocera	64
Figura N° 18: Auto servicio de 6 bandejas	65
Figura N° 19: Parrilla a gas o carbón.....	65
Figura N° 20: Campana extractora de olores	66
Figura N° 21: Tostadora de dos tapas.....	66
Figura N° 22: Licuadora industrial	67
Figura N° 23: Ollas Y Pailas Industriales.....	67
Figura N° 24: Sartenes de teflón	68
Figura N° 25: Cernideros.....	68
Figura N° 26: Cucharetas de 6 piezas.....	69
Figura N° 27: Juego de mesa 4 puestos	70
Figura N° 28: Juego de mesa 8 puestos	70
Figura N° 29: Juego de cubiertos de excelente diseño	71
Figura N° 30: Juego de cuchillos de cocina.....	71
Figura N° 31: Juegos de vasos	72
Figura N° 32: Juegos de platos	72

Figura N° 33: Extintores de espuma.....	73
Figura N° 34: Logotipo del Restaurant “La Sazón De Narcisa”	74
Figura N° 35: Plano Del Restaurant “La Sazón de Narcisa”	85
Figura N° 36: Rótulo del Restaurant.....	86
Figura N° 37: Tarjeta de Presentación del Restaurant	86
Figura N° 38: Diseño De Página Web	87

RESUMEN

El presente trabajo fue realizado en el Recinto el Deseo, del cantón Yaguachi; un lugar de paso permanente de conductores y usuarios, al estar ubicado en uno de los ramales de la carretera interestatal; luego de percibir las diferentes culturas y procedencias de los usuarios, era notoria la necesidad de satisfacer las mismas; con un estudio de mercado, dedicado a conocer a fondo la necesidad y requerimientos de los comensales y si el sector seria el indicado para estratégicamente establecer un local de comidas típicas de diferentes localidades o ciudades del país. Sin embargo, cabe indicar que en el sector existen varios locales que expenden comida de diferente tipo y precio, por el tiempo de servicio están posicionados en la mente de las personas. La forma empírica laboral de los actuales restaurantes está sujeta a no mejorar las deficiencias en los procesos tanto operativos como administrativos, lo cual genera un ambiente de insatisfacción y de rechazo por parte de los usuarios y comensales. De continuar esta situación en el Recinto El Deseo se corre el riesgo de perder la aceptación de los usuarios y turistas. Por esta razón, nació la imperiosa necesidad de proponer, previo análisis del sector, un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante de comidas típicas; donde se podrá contar con diferentes especialidades de comidas típicas, preparadas por personas calificadas en gastronomía y atención, con personal idóneo para el servicio al cliente. Esta acción permitirá potencializar el auge turístico al sector y por ende las actividades de comercio diverso que se dan a diario, incremento laboral y satisfacción en los usuarios y la ciudadanía local.

Palabras claves: restaurante, comidas típicas, satisfacción del cliente, calidad, variedad.

ABSTRACT

This work was performed at the Campus Desire, Yaguachi Canton, a crossing permanent drivers and users, to be located in one of the branches of the interstate, after seeing different cultures and backgrounds of users, notorious was the need to meet them, with market research, fund dedicated to meet the needs and requirements of the customers and if the sector would be the one to strategically establish a local typical food of different localities or cities. However, it should be noted that in the area there are several places that sell different types and food prices, which have service time positioning in the minds of people. This empirical way of working is not subject to improve deficiencies in operational and administrative processes, which creates an atmosphere of dissatisfaction and sometimes rejection in users and guests, to continue this situation runs the risk of losing the acceptance of users and tourists. Therefore perception, born of the urgent need to propose, following market analysis, a feasibility study for the implementation of a typical food restaurant, where you can have different typical food specialties prepared by people with experience in gastronomy and care staff trained in customer service. This action will re potentiate the booming tourism sector thus diverse trade activities that occur daily, and increase job satisfaction among users and the local citizenry.

Keywords: restaurant, traditional food, customer satisfaction, quality, variety.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación está compuesto por cinco capítulos, en los cuales se respaldan todo el trabajo de análisis que permitió obtener una propuesta coherente y efectiva.

El capítulo I

Describe la problemática, formulación, establecimiento de objetivos, hasta terminar en la justificación.

El capítulo II

Comprende el marco teórico con sus adecuados antecedentes y fundamentación teórica donde se dejan sentadas las teorías que permiten dar paso a un trabajo científico.

El capítulo III

Comprende la metodología con el diseño y selección de la muestra a quienes se les aplico los instrumentos de recolección de información, como las entrevistas y encuestas, así como el respectivo procedimiento estadístico de la información obtenida.

El Capítulo IV

Muestra los resultados de la investigación, a través de tablas o cuadros estadísticos y diagramas, dando énfasis a aquellos resultados que permitieron verificar las variables de la investigación.

El Capítulo V

La propuesta, hace referencia a la implementación de un restaurante temático de comidas típicas en el recinto El Deseo perteneciente al cantón Yaguachi, como solución al problema de la investigación. En este capítulo se presenta el objetivo que se desea alcanzar con la aplicación de la propuesta, asimismo las actividades que facilitarían la implementación de la propuesta, se realiza un análisis técnico, económico, financiero, y de sensibilidad para comprobar la factibilidad en un plazo de 5 años, además se muestran los resultados por medio del estado de resultados (P&G), Balance y Flujo de Caja.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El Recinto El Deseo perteneciente al Cantón Yaguachi, en la Provincia del Guayas, carece de restaurantes que ofrezcan confort y calidad a las personas que habitan en esta zona y a quienes a diario circulan por esta vía, al momento existe restaurantes pequeños de comidas que no cuentan con suficiente espacio, ni personal capacitado en cuanto a técnicas y/o normas de preparación de alimentos y meseros que den una excelente atención al cliente.

Estos restaurantes debido a la limitada variedad de platos que ofertan, tienen un bajo nivel competitivo, lo que provoca un estancamiento del crecimiento del restaurante y por consiguiente el crecimiento económico del Recinto, situación que se ve reflejado en los ingresos.

Otro de los problemas de los restaurantes es la falencia del personal, lo cual limita la producción de servicios y provoca que los platos no cumplan los estándares de calidad que poseen este tipo de restaurantes de estas mismas características.

Por otro lado la inadecuada calidad de la atención genera pérdida de clientes; lógicamente por la insatisfacción de los mismos, esto se debe a una alta rotación del personal, situación que perjudica la imagen del restaurante.

Las instalaciones de estos locales presentan falencias, razón por la cual no cubren las necesidades de los usuarios respecto a la comodidad, es decir que la capacidad instalada es restringida.

Pronóstico

De continuar esta problemática provocaría que se mantenga una atención mediática y de limitada calidad, causando dificultades para el crecimiento de los restaurantes, escenario que afectaría a la economía del Recinto.

Control de Pronóstico

La manera de solucionar esto sería con un correcto conocimiento del servicio que debe brindarse a los habitantes de esta zona y a los turistas o transeuntes, mediante una atención personalizada, con una filosofía de educación y cortesía, de tal forma que se pueda cubrir las expectativas del cliente y así lograr que se sienta importante, mejorando además la técnica de preparación, consiguiendo que el restaurante se convierta en un punto de referencia en cuanto a comidas típicas, no solo en el sector sino también para Milagro, Yaguachi Viejo (Cone), y Virgen de Fátima, dejando de lado la conformidad y buscando siempre la satisfacción del cliente.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: Ecuador.

Región: Costa.

Provincia: Guayas.

Cantón: Yaguachi.

Parroquia: Cone.

Recinto: El Deseo.

Dirección: Km. 7 Vía a Virgen de Fátima (Km. 26).

1.1.3 Formulación del Problema

¿Como afecta la limitada oferta de comidas típicas de calidad en el Recinto el Deseo al desarrollo económico del sector y al nivel de satisfacción de los clientes?

1.1.4 Sistematización del Problema

- ✓ ¿Cómo influye la limitada variedad de comidas típicas ofertadas por los comedores existentes en el Recinto en la generación de ingresos?
- ✓ ¿De qué manera afecta la escasa mano de obra calificada en el estancamiento de la producción de servicios en el Recinto El Deseo?
- ✓ ¿De qué manera afecta la deficiente calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los clientes?
- ✓ ¿En qué incide una inadecuada infraestructura de los comedores ubicados en el Recinto El Deseo en el número de clientes?

1.1.5 Determinación del Tema

Realizar un estudio para establecer la factibilidad de implementar un restaurante de comidas típicas en el Recinto el Deseo del Cantón Yaguachi.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Evaluar la factibilidad de implementar un restaurante que oferte comidas típicas en el Recinto el Deseo, mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación y herramientas estadísticas, con la finalidad de establecer el nivel de aceptación que tendría la idea planteada.

1.2.2 Objetivos Específicos de la Investigación

- Identificar las causas que provocan que los comedores del Recinto El Deseo tengan una limitada variedad de comidas típicas y como afecta esto a la generación de ingresos.
- Definir en qué medida la mano de obra poco calificada puede afectar a la producción de servicios de los comedores en el Recinto El Deseo.

- Determinar en qué manera incide la deficiente calidad del servicio ofrecido en la actualidad de estos comedores en la satisfacción de los clientes.
- Identificar la incidencia de una infraestructura inadecuada de los comedores del sector en el número de clientes que estos reciben diariamente.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación propone el estudio para la creación de un restaurante de comidas típicas en el Recinto El Deseo perteneciente al Cantón Yaguachi y que cuente además con talento humano capacitado, instalaciones adecuadas, y que ofrezca una amplia variedad, para captar clientes de una forma innovadora.

Con el propósito de entrar al mundo de los negocios y debido a la ausencia de un restaurante que llame la atención de los clientes potenciales, la investigación a través de un estudio de mercado, encuestas y recursos materiales, busca recopilar la información necesaria que permita determinar las fortalezas y oportunidades, que apuntalaría la sostenibilidad de la empresa o inversión.

Este proyecto se justifica en beneficio de las personas que habitan en el Recinto El Deseo, los que laboran y los que circulan en sus vehículos a diario por esta zona, ya que podrán satisfacer sus demandas de platos típicos, además de recibir un buen servicio y una atención de calidad en todo momento bajo la filosofía “cada cliente es importante”.

Debido a la insatisfacción que tienen las personas del sector respecto a este tema, es ineludible que se planteen propuestas que ofrezcan cubrir estas exigencias. Con estas consideraciones se ha podido establecer que es importante generar una alternativa para solucionar la deficiencia existente y con esto brindar un aporte a la comunidad.

Por esta razón se ha determinado la necesidad de evaluar la posibilidad de implementar un restaurante de comidas típicas que procure satisfacer a los clientes, en cuanto a brindar un servicio de calidad, ambiente familiar, cómodo, una amplia gama de platos típicos y cumpliendo con todas las normas de higiene que la ley exige para garantizar la calidad y sabor del producto y la conservación de la salud de sus potenciales clientes.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Como la mayoría de las cocinas de los diferentes países, la de Ecuador está formada por la influencia de diferentes culturas que llegaron a nuestro país en la época de la conquista y luego progresivamente en la época de la colonia, durante el siglo XIX y XX.

En los siglos XVII y XVIII la cultura indígena era quien habitaba el territorio, pero la cultura española y la africana fueron introducidas por el descubrimiento del continente y la esclavitud. En el siglo XIX la llegada de los franceses instruyeron en su gastronomía adaptándola a toda clase de alimentos e ingredientes nativos.

Las costumbres culinarias indígenas se adaptaron por un lado por las españolas especialmente por la andaluz, aragonés y valenciana especialmente, entre otras cosas impusieron los guisos del ganado vacuno sobre los de iguana y manatí y por el otro lado, la adaptación de las costumbre africanas que influenciaron principalmente en la zona costera norte del país.

La variedad en los platos y las influencias en las mesas ecuatorianas obedece a la zona de donde proceda así como de los recursos naturales de que dispongan, éstos pueden ser abundantes o pobres en una región, así como de la influencia del clima o el desarrollo social de una población, pueden implicar en el crecimiento de una cocina propia y marcar la diferencia.¹

¹RUIZ BALLESTEROS, Esteban; SOLIS CARRIÓN, Doris: *"TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR DESARROLLO Y SOSTENIBILIDAD SOCIAL"*, libro online, <http://hospitalidad.ucuenca.edu.ec>

Los negocios de restaurantes entraron en su mejor momento luego de la segunda guerra mundial, cuando en aquella época aparecieron varias personas con un buen nivel económico, las cuales adquirieron la costumbre de comer fuera de sus hogares. Existen diversos aspectos en el estilo de vida de las personas que han contribuido en los nuevos hábitos que ayudan al desarrollo de los negocios de restaurantes; un ejemplo de ello, es el incremento en la cifra de mujeres que laboran fuera de casa.

El hábito de comer fuera de casa está ligado a la disponibilidad económica y, por ende, con el incremento de esta, se elevan las ventas en los restaurantes. El negocio de los restaurantes facilita el trabajo a cientos de personas que se encargaran de atender al cliente, la mayoría con el salario mínimo. Es trascendente enfatizar que cada país cuenta con su manera particular y tradicional de cocinar los alimentos, es decir, que tienen distintas recetas y la sazón que marca la diferencia al momento de degustar un platillo.

El Ecuador tiene una rica, exuberante y variada cultura gastronómica. Comida genuina y mixta, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se ha fundido lo mejor se han cocido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes. Puesto que el Ecuador esta dividido en cuatro regiones: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular, lo que lo hace muy variado en cuanto a sus costumbres gastronómicas ya que se gozan de diversos recursos por su ubicación geográfica en la que se localizan. Gracias a sus variadas regiones, el Ecuador posee una de las mayores riquezas y diversidad en frutas, verduras, vegetales y animales que estan aptos para el cosumo humano.

Las diferentes provincias de cada región que tiene el Ecuador, cuentan con varias formas de preparar sus alimentos. Por lo habitual la mayor pluralidad de restaurantes de Comidas Típicas se encuentran ubicados en la Región Costa del país.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

En la recopilación de datos, para la realización de este trabajo investigativo se ha podido encontrar investigaciones similares, las cuales se detallan a continuación:

Tema: Implementación de un Restaurante Temático con Orientación Familiar en la Ciudad de Guayaquil.²

Resumen: El presente artículo describe un proyecto de restaurante aplicado llamado FantasyHollow. El objetivo de este establecimiento es fusionar la oferta gastronómica con un lugar entretenimiento familiar, especialmente dirigido para niños. En el FantasyHollow, se trata de trasladar a los visitantes a un mundo mágico a través de un ambiente decorado y personajes de cuentos que atienden y hacen shows en vivo. El proyecto incluye los cuatro estudios necesarios para la implementación de un restaurante. El estudio organizacional presenta los problemas y oportunidades que motivan la idea, las características diferenciadores del servicio y un análisis FODA. El estudio de mercado contiene los resultados de una encuesta que se utilizaron para la estimación de la demanda, disponibilidad de pago, segmentación del mercado, y la definición de características específicas del restaurante y el perfil de los clientes potenciales. El estudio técnico abarca el balance de activos y recursos humanos requeridos para iniciar el restaurante. Por último, el estudio financiero que presenta los flujos proyectados a cinco años e indicadores de rentabilidad que sustenta la factibilidad del restaurante y su alta probabilidad de éxito.

Palabras Claves:

- Restaurante
- Gastronómico
- Entretenimiento familiar
- Éxito.

²: ALVARADO GARCÍA, Sandra Marruth; FERNÁNDEZ CEVALLOS, Diana María; SÁNCHEZ LOOR, Daniel Alejandro; VALDIVIEZO VALENZUELA, Ing. Patricia: "Implementación de un Restaurante Temático con Orientación Familiar en la Ciudad de Guayaquil" 2011

Tema: Creación de una Microempresa Orientada a la Apertura de un Restaurante Vegetariano en el Cantón Naranjito³.

Resumen: La alimentación representa un papel importante en nuestra vida, incluso todos los días, seleccionamos y consumimos alimentos que, a la larga pueden estar condicionando nuestro estado de salud, para bien y a veces para mal. Sin embargo la correcta elaboración y selección de comidas equilibradas le da a nuestro cuerpo los nutrientes que necesita. Hacen que el corazón siga latiendo, los músculos trabajando, la mente funcionando rápido y nuestros huesos estén fuertes.

Por otro lado, una nutrición inadecuada nos puede generar problemas de salud y un menor rendimiento, tanto en el ámbito doméstico como en nuestro trabajo. Además se tiene el riesgo de contraer enfermedades evitables, que podrían prevenirse mediante la adopción de una alimentación más saludable. Por ello es fundamental preparar o elegir un menú diario atractivo, variado y sabroso que nos proporcione la energía necesaria y una nutrición equilibrada.

En la actualidad los restaurantes y locales de comida han tenido un notable crecimiento, específicamente en el Cantón Naranjito. No obstante su oferta actual se basa en ofrecer alimentos con alto contenido graso y/o azúcares, los cuales son bajos en nutrientes, asimismo ofrecen comidas repetitivas y poco creativas, elaboradas con los mismos alimentos y de la misma forma, en donde en la mayoría de los casos predomina la carne como parte indispensable del menú.

Otra de las situaciones que llama mucha la atención, es la insuficiente aplicación de las normas básicas de higiene al momento de preparar los alimentos, generando desconfianza en los usuarios, debido a que se está expuesto a contraer enfermedades por consumir alimentos contaminados. Así también, otras de las falencias que se pueden apreciar en los restaurantes y locales del sector, es la escasa iniciativa en generar comodidad al cliente, con espacios reducidos, limitada ventilación, nula decoración del local y la no utilización de los cubiertos apropiados para que los clientes puedan ingerir los alimentos de manera adecuada y cómoda.

³QUITO GONZÁLEZ, Manuel Alfonso; ALCOSER ESTRADA, Alexandra Paulina; "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORIENTADA A LA APERTURA DE UN RESTAURANTE VEGETARIANO EN EL CANTÓN NARANJITO" 2010.

Luego del análisis realizado y debido a las anomalías encontradas en los restaurantes y locales de comida del Cantón Naranjito y ante la creciente demanda de personas por tener una alimentación sana, hemos visto necesario e indispensable crear un restaurante de tipo vegetariano que ofrezca una alimentación saludable y equilibrada a todas las personas que lo requieran.

Esto mediante el ofrecimiento de un menú nutritivo, variado y con el equilibrio nutricional necesario. Todo esto dentro de un ambiente agradable, con una excelente atención al cliente, con precios accesibles y cumpliendo con todas las normas de higiene que hagan que el cliente se sienta cómodo, seguro y satisfecho a la vez.

De esta manera estamos promoviendo en las personas a modificar sus hábitos alimenticios, incentivándolos a elegir lo que es sano y a la vez placentero, ayudándolos así a prevenir enfermedades como el sobrepeso, colesterol e hipertensión, entre otras.

Tema: Restaurante Rico & Sano⁴

Resumen: Los comedores institucionales, empresariales y comerciales, deben tomar en consideración cuán importante es ofrecer un servicio de alimentación con características de calidad, tanto en su valor nutricional como en su preparación y costo. El presente trabajo considera el manejo higiénico y conservación de los alimentos como aspectos fundamentales para la calidad del servicio, aprovechamiento de algunos productos no convencionales que ofrezcan alternativas de alimentación sana y diferente.

Por ello el Restaurante Rico & Sano S.A. representa una alternativa viable para ofrecer un servicio que permita a los clientes degustar de la buena cocina con un alto valor nutricional y de esta forma satisfacer las necesidades de alimentación no sólo para el mercado objetivo, personal administrativo y ejecutivos que laboren en el Edificio Centrum, sino también a personas que transiten por el lugar.

⁴MOLINA, Magali; PLÚA, Lorena: *"Restaurante Rico & Sano"*, 2009.

2.1.3 Fundamentación

Fundamentación Teórica

Tipos de Cocina

Definir una clasificación de los tipos de cocina que se hallan en el mundo es una labor muy complicada. Debido al gran contraste cultural que existe en el mundo, la lista sería interminable. Por ello nos concentraremos a los tipos de cocina que se consume en el mundo occidental. Primero debemos tener en cuenta que la cocina puede ser privada o tradicional (la que se consume en el hogar), y pública o profesional (la que se produce en los restaurantes, hoteles, establecimientos de catering, etc.).

Todos los países latinoamericanos son influenciados por numerosos tipos de cocina, correspondientes a las distintas regiones. En Ecuador por ejemplo, algunas comunidades presentan una antigua tradición gastronómica, cuyas características han ido variando con el paso del tiempo. La cocina tradicional se combina con la cocina de vanguardia o con la gourmet presentando para esta época a los paladares una oferta de bocaditos que no es idéntica a la del siglo pasado, se trata, pues de una cocina que evoluciona. Debe observarse que es cada vez más difícil que la preparación de estos bocaditos se haga desde los hogares y que las personas tiendan a buscarlos en los restaurantes.

“La cocina internacional o clásica tiene un origen distinto. Su nacimiento coincide con el de los restaurantes tal como hoy los conocemos, y no ha alcanzado, por lo tanto, los dos siglos de existencia. Las bases de este tipo de cocina las establecieron grandes cocineros como Carême o Escoffier, entre muchos otros, y a lo largo del tiempo también han experimentado una evolución”⁵.

Debido a la innovación de estilos en la cocina internacional se ha creado lo que ahora se llama comida de autor en la que se fusionan recetas autóctonas de cada región con destacadas inventivas del cocinero creando personalidad propia a cada platillo. Esta cocina trata de incentivar la creatividad de la cocina sin perder el toque tradicional de cada lugar de origen y permitiendo la internacionalización de la comida

⁵JIMENEZ, Gustavo: “Historias y Recetas de Cocina”, libro online, <http://es.scribd.com/doc/19973851/Historia-de-La-Cocina>

pudiendo adaptarse en cualquier lugar del mundo y al gusto y paladar de cualquier persona.

La cocina innovadora debería tener un lugar especial. En ella el cocinero se deja influenciar por la historia de la cocina, pero se expresa de manera independiente para brindar una posición totalmente incomparable y, en cierto modo, retomando una ilustración anterior, «contando su propia historia». En el terreno de la cocina creativa existe un fenómeno denominado cocina de vanguardia conceptual; como su nombre indica, pretende promover el progreso de la cocina mediante técnicas y conceptos nuevos.

La cocina occidental es muy distinta a la cocina étnica, pero forma parte de nuestra cultura y constituye gran parte del conocimiento de un cocinero quien con su experiencia puede fundir o adaptar los elementos más interesantes de una cultura y otra y creando nuevas formas de comer.⁶

Para el creador, pues, el principal atractivo de estas radica en sus diferencias. Cabe destacar, entre las europeas, las cocinas italiana, francesa, portuguesa o alemana, entre otras. En el caso de las asiáticas es preciso señalar la japonesa, la china, la coreana, la tailandesa o la vietnamita. La cocina mexicana también constituye un punto de referencia importante debido a sus características tan especiales.

Últimamente se ha producido la eclosión de otros tipos de cocina, como es el caso de la californiana, que deberán esperar un tiempo hasta verse consolidados entre el público. El mayor problema que presentan las cocinas de una cultura ajena es la disminución de calidad que puede producirse cuando se exportan. Esto puede llevar a subvalorarlas o despreciarlas sin tener presente que lejos de su entorno natural no suelen ofrecer lo mejor de sí mismas. Para finalizar, existen otros establecimientos que han proliferado enormemente en los últimos veinte años, especializados en las comidas rápidas.

Fundamentación Técnica

En los últimos tiempos, los investigadores del área de RRHH han comprendido cabalmente que el componente humano de cualquier empresa, es fundamental en el logro de los objetivos de la misma. Los estudiosos, entonces han asimilado que la

⁶RODRÍGUEZ PALACIOS, chef Ariel: *“Técnicas Básicas del Maestro de Cocina”*, Editorial UTILISIMA, España 2010

formación de valores y el liderazgo de su recurso humano son fundamentales para obtener mejores resultados en la empresa.

De lo anterior, surge la necesidad imperiosa de “inyectar” nuevas energías a los miembros del equipo de trabajo, de poder resolver adecuada y asertivamente las situaciones conflictivas personales e interpersonales, de lograr un manejo adecuado de la tolerancia a la frustración frente a situaciones inesperadas o conflictivas al interior de la empresa, de lograr una reflexión comprensiva de las actitudes positivas como herramienta para mejorar la calidad de vida y las relaciones humanas, del reconocimiento del valor de la humildad como un recurso positivo para mejorar las relaciones humanas, de lograr la consolidación del trabajo de equipo, y finalmente, del reconocimiento básico de los estilos de liderazgo personales de cada uno de los miembros de dicho equipo.

Administración del RRHH.

Gary Desler y Ricardo Varela⁷ se refieren a la administración del recurso humano: como las prácticas y políticas necesarias para manejar los asuntos que tienen que ver con las relaciones personales de las funciones gerenciales, específicamente se trata de reclutar, capacitar, guiar, renunciar y ofrecer un ambiente seguro con un código de ética y trato justo a los empleados de la organización.

2.2 MARCO LEGAL

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Dentro de las políticas y lineamientos contiene los siguientes:

Política 11.1. Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción.

⁷DESLER, Gary; VARELA JUAREZ, Ricardo: *“Administración de los Recursos Humanos; Un Enfoque Latinoamericano”*, 5ta Edición, 2011 p.2

- a) Fomentar la producción nacional vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno.

Política 11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

- c) Apoyar la producción artesanal de calidad en todas las ramas, fortaleciendo los talleres como unidades integrales de trabajo y capacitación, y recuperando saberes y prácticas locales.
- d) Fomentar el turismo comunitario y de escala local, que dinamice y diversifique la producción y los servicios, y asegure ingresos justos.

Política 11.3. Impulsar las condiciones productivas necesarias para el logro de la soberanía alimentaria.

- d) Fomentar la producción de alimentos sanos y culturalmente apropiados orientados al consumo interno, mediante un apoyo integral que potencie las capacidades productivas y la diversidad de las pequeñas y medianas unidades, urbanas y rurales, de las comunidades campesinas, indígenas, montubias y afroecuatorianas.
- e) Impulsar la industria nacional de alimentos, asegurando la recuperación y la innovación de productos de calidad, inocuos y de alto valor nutritivo, el vínculo con la producción agropecuaria y con el consumo local, y minimizando el uso y el desecho de embalajes.
- f) Proteger la producción local de alimentos básicos a través de precios de sustentación, subsidios productivos y mecanismos similares⁸.

⁸ **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013**

Del Control Sanitario y Permiso de Funcionamiento⁹

Capítulo I

Del Control Sanitario

Art. 1.- El control y vigilancia sanitaria es un conjunto de actividades específicas que de conformidad con la Ley Orgánica de Salud y más disposiciones reglamentarias está obligado a realizar el Ministerio de Salud Pública a través de sus dependencias competentes, con el propósito de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios de los establecimientos públicos y privados de servicios de salud, farmacéuticos, alimentos, establecimientos comerciales y otros en donde se desarrollan actividades de: atención de salud, producción, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y comercialización de productos destinados al uso y consumo humano.

Art. 2.- Son objeto de control sanitario:

a) Producción o fabricación, preparación, manipulación, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación, comercialización, dispensación, expendio, uso y consumo de los siguientes productos:

- Alimentos, bebidas y aditivos alimentarios.

Del Permiso de Funcionamiento

Art. 6.- El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la Ley Orgánica de Salud, este reglamento y los demás reglamentos específicos.

Art. 7.- A las direcciones provinciales de salud les corresponde otorgar el permiso de funcionamiento anual, para lo cual el interesado deberá presentar una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que pertenece el domicilio del establecimiento, con los siguientes datos:

⁹**REGLAMENTO PARA OTORGAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO A LOS ESTABLECIMIENTOS SUJETOS A VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO:** Acuerdo No. 0818, <http://www.salud.gob.ec/?p=3621/permiso-de-funcionamiento-de-locales>

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- a) Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- b) Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
- c) Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda;
- d) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen;
- e) Plano del establecimiento a escala 1:50;
- f) Croquis de ubicación del establecimiento;
- g) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,
- h) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud pública.

Requisitos para el funcionamiento de una Microempresa Civil

Las Intendencias Generales de Policía a nivel Nacional se encargarán de otorgar los Permisos Anuales de Funcionamientos según lo que señala el Art. 29 de dicho

decreto, que manifiesta: “Los locales donde se prestan servicio de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes o en general, lugares donde se consuman alimentos o bebidas alcohólicas y que están sujetas al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtener anualmente el mismo otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia”¹⁰.

Los requisitos necesarios para obtener el Permiso de Funcionamiento en el caso de los restaurantes son los siguientes:

- RUC SRI
- Copia de cédula de ciudadanía
- Patente Municipal
- Permiso de Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Funcionamiento otorgado por la Dirección Provincial de Salud.
- Se agrega una solicitud dirigida al intendente de Policía del Guayas

Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F. por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año.

REQUISITOS PARA TRAMITAR LA PATENTE MUNICIPAL (anual).

La patente municipal es importante manifestar que se la tramita en la comisaría municipal, suscrita en cada cantón, en este caso en el Cantón Yaguachi. Adjuntando los requisitos que se describen a continuación:

- Copias de cédula de ciudadanía a color.
- Emitir un memorándum dirigido al Jefe de Rentas del Municipio de Yaguachi.
A la misma que se le adjunta lo siguiente:

¹⁰ *Instructivo para la Intervención de los Intendentes Generales de Policía del país, Decreto Supremo 3310-B* de fecha 8 de marzo de 1979: según lo que señala el Art. 29; <http://www.gobernacionstodgo.gob.ec>

- 1 copia a color de la cédula de ciudadanía
- 1 copia del R.U.C.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO OTORGADO POR EL CUERPO DE BOMBEROS (anual).

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección
- Certificado de funcionamiento

TRAMITE DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (R.U.C.)

Para obtener el R.U.C. se requiere los siguientes requisitos¹¹:

Original y copia legible de:

- Cédula vigente a color
- Certificado de votación (último proceso electoral)
- 1 planilla de agua, luz o teléfono (de cualquiera de los últimos tres meses) o contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre del solicitante.

CERTIFICADOS DE SALUD DE LOS TRABAJADORES DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA.

Procedimiento¹²:

Solicitar consulta médica en el departamento de estadística del Hospital del Cantón Yaguachi. El Departamento de Estadística del Hospital, abre una carpeta de historia clínica con el Doctor en Medicina General. Una vez en la consulta, el Doctor extiende una orden de exámenes de laboratorio a realizar dentro del Hospital.

¹¹**SERVICIOS DE RENTAS INTERNAS:**

<http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/file.php/1/MaterialCursosVirtuales/ContenidoRUC07.pdf>

¹²**MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA:** <http://www.salud.gob.ec/?p=3621/permiso-de-funcionamiento-de-locales>

Tipos de exámenes:

- Sangre (Sífilis, VIH, entre otros)
- Parasitario (heces)
- VDRL (tuberculosis)
- Orina

Con los resultados obtenidos regresa donde el Doctor en Medicina General, si resulta positivo en alguna enfermedad, no se le otorga el permiso. Para lo cual tendrá que seguir el tratamiento respectivo hasta que esté libre de cualquier tipo de enfermedad. Una vez comprobado que la persona está completamente sana, deberá presentar los siguientes requisitos, previo a la obtención del Certificado de Salud Ocupacional:

- Copia de cédula de ciudadanía
- Foto tamaño carnet.
- Especie

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Alimentación saludable. Es aquella que combina los diferentes alimentos en cantidad y calidad suficiente para satisfacer las necesidades nutricionales del organismo.

Chef. Persona encargada de la cocina de un restaurante, especializado en comida gourmet.

Cocina gourmet. Alimentos que se preparan especialmente para degustar en alguna celebración o eventos sociales y culturales.

Dietética. Es la técnica de utilizar los alimentos de manera adecuada partiendo de un conocimiento profundo del ser humano y de los alimentos, proponiendo formas de alimentación equilibrada, variada y suficiente que permitan a su vez cubrir las

necesidades biológicas en la salud y en la enfermedad, contemplando a la vez los gustos, costumbres y recursos.

Hábitos alimenticios. Se refiere a la forma en que las personas comen y se alimentan diariamente. La cual está influenciada por la cultura, región, religión, clima y costumbres.

Nutrición. Es el conjunto de procesos fisiológicos por los cuales el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas contenidas en los alimentos. Es un proceso involuntario e inconsciente que depende de procesos corporales como la digestión, la absorción, y el transporte de los nutrientes de los alimentos hasta los tejidos.

Restaurante. Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local.

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

Restaurante buffet. Es posible escoger uno mismo una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de platos).

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

Restaurantes de especialidades (temáticos). Son restaurantes que se especializan en un tipo de comida como los de mariscos, los vegetarianos, los asaderos, cuya especialidad es la carne. Estos incluyen también los de nacionalidades, que se especializan en la cocina de un país o región determinada, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china,

pero también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, entre otros.

Servicio al cliente. Es una actividad de naturaleza casi siempre intangibles que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado, y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad.

Asepsia. Método o procedimiento que se propone evitar el acceso de gérmenes infecciosos al organismo. Ausencia de gérmenes infecciosos.

Inocuo. Proviene del término latín "innocuus". Es todo aquello que no es nocivo, que no hace daño. Se emplea, generalmente, en la lengua formal o culta.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La implementación de un restaurante que oferte comidas típicas en el Recinto el Deseo además de brindar las condiciones adecuadas de asepsia, calidad en la atención y un servicio de primera, ayudaría a generar satisfacción en los potenciales consumidores, y a establecer los beneficios que obtendrían los inversionistas.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ Incrementar la variedad de las comidas típicas que se ofrecen a los clientes en los comedores del Recinto provocaría un aumento en los ingresos.
- ❖ Contar con el personal capacitado, esto es mano de obra calificada, ayudaría a incrementar la producción de servicios.
- ❖ El nivel de calidad del servicio brindado por los restaurantes de comidas típicas es el principal factor que contribuye a la satisfacción de los clientes.
- ❖ Una infraestructura apropiada para el funcionamiento de un restaurante de comidas podría agrandar y atender a un mayor número de clientes.

2.4.3 Declaración de Variables

Cuadro N° 1: Declaración de Variables

<u>HIPÓTESIS GENERAL</u>	
Variable Independiente	Variable Dependiente
Implementación del restaurante	Generación de satisfacción
<u>HIPÓTESIS PARTICULAR 1</u>	
Variable Independiente	Variable Dependiente
Variedad de comidas típicas	Aumento de ingresos
<u>HIPÓTESIS PARTICULAR 2</u>	
Variable Independiente	Variable Dependiente
Personal capacitado	Producción de servicios
<u>HIPÓTESIS PARTICULAR 3</u>	
Variable Independiente	Variable Dependiente
Calidad del servicio	Clientes satisfechos
<u>HIPÓTESIS PARTICULAR 4</u>	
Variable Independiente	Variable Dependiente
Infraestructura apropiada	Mayor número de clientes

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro N° 2: Operacionalización de las Variables

VARIABLES INDEPENDIENTES	DEFINICIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Implementación del restaurante	Es la planificación que realiza una empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener.	Niveles de inversión. Flujo de inversión.	Encuesta
Variedad de comidas típicas	Cada uno de los tipos o clases que se establecen en algunas especies de platos o alimentos en particular y específica de una región o comunidad del planeta.	Carta de los restaurantes. Variedad de los platos.	Encuesta
Personal capacitado	Se denomina recurso humano (RRHH) al trabajo que aporta el conjunto de empleados o colaboradores de una organización.	Manual de funciones. Tiempo de atención.	Encuesta
Calidad del servicio	Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató.	Canales de comunicación. Tiempo de respuesta.	Encuesta
Infraestructura apropiada	Punto de venta restaurante s que se dedican a la venta de platos de comida.	Satisfacción del cliente. Limpieza y confort.	Encuesta
VARIABLES DEPENDIENTES	DEFINICIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Generación de satisfacción	Es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.	Percepción de los clientes. Calidad.	Encuesta

Aumento de ingresos	Dinero recibido por la venta de platos típicos, el mismo que está afectado directamente por el número de unidades vendidas y el precio de venta.	Índice de inversiones realizada.	Encuesta
Producción de servicios	Es uno de los componentes de innovación más significativos en el plano de la transformación, dado el grado de equilibrio.	Nivel de producción. Niveles de consumo.	Encuesta
Clientes satisfechos	Son aquellos que percibieron el desempeño de la empresa, el producto y el servicio como coincidente con sus expectativas.	Rapidez en la atención. Atención de reclamos.	Encuesta
Mayor número de clientes	Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.	Niveles de ventas. Poder adquisitivo.	Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación será aplicada a este proyecto para conocer las actividades predominantes con la descripción exacta de los objetivos, procesos y personas. No se limita únicamente a la recaudación de datos, sino que pronostica e identifica las relaciones que se presentan entre una o más variables.

Investigación no experimental

Este tipo de investigación será aplicada a este proyecto con la indagación empírica y sistemática que no posee intervención directa de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han dado y que son inherentemente no manipulables sin intervención directa sobre las variables independiente y dependiente.

Investigación Bibliográfica

Esta investigación será aplicada a este diseño de proyecto porque se basará en el análisis teórico y conceptual, de investigaciones anteriores, mediante la fundamentación documental existente, recabada en obras, informes, tesis material inédito que contendrán datos fidedignos.

Investigación de Campo

Este tipo de investigación se aplicará en este proyecto ya que se observará las situaciones o el problema desde su contexto, para comprender y resolver alguna situación, se trabajará en el ambiente donde se encuentra la fuente consultada de la

cual se obtendrá datos importantes que permitirá descubrir las relaciones de las variables que intervienen en la problematización.

Investigación Cuantitativa y Cualitativa

La investigación es cuantitativa y cualitativa, ya que se considera los elementos o circunstancias del objeto de estudio y a través de la cuantificación se realizará los análisis correspondientes.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

Según el último Censo de Población y de Vivienda realizado por el INEC el 28 de Noviembre del 2010, el Cantón Yaguachi tiene una población de 60.958 habitantes de los cuales 17.806 viven en la cabecera cantonal y 42.152 habitan las zonas rurales¹³.

Además, la información obtenida de la Estación de Peaje ubicada entre el recinto El Deseo y Virgen de Fátima, revela que 1´468.911 vehículos transitan durante el lapso de un mes, es decir, en promedio 48.964 vehículos diarios¹⁴.

3.2.2 Delimitación de la Población

Específicamente en la Parroquia Yaguachi Viejo (Cone), existe un número de 11.957 habitantes de los cuales en el Recinto El Deseo habitan 851 personas, de ellos 450 son adultos económicamente activos¹⁵.

Asimismo, se considera a todas las personas que circulan diariamente por la vía Milagro – Virgen de Fátima (Km. 26), la población no solo se centrará en el número de habitantes económicamente activos que se encuentran en el Recinto. Se estableció que cada vehículo que circula por El Deseo se moviliza un promedio dos personas, por lo cual la población asciende a 97.928 personas, a estas se les ha

¹³**Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos**

(INEC):<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

¹⁴ Informe General de Flujo Vehicular y Recaudación correspondiente a Septiembre de 2012, fuente: **Concesionaria del Guayas – CONCEGUA S.A.**

¹⁵Dato proporcionado por la Presidencia del Gobierno Parroquial de Cone, Yaguachi, del Plan de Ordenamiento Territorial de Cone, fuente: **Gonzalo Roca Nieto, Presidente del Gobierno Parroquial de Cone.**

sumado 450 personas correspondientes a la población económicamente activa del Recinto El Deseo, dando un total de 98.378.

3.2.3 Tipo de Muestra

Emplearemos la muestra no probabilística ya que todas las personas objeto del estudio han sido seleccionadas según los días y horas de mayor afluencia y que cumplieron las siguientes características: sexo indistinto, edad de 18 años en adelante, económicamente activos; es decir que trabajen para una empresa o tengan un restaurante propio.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

Por conocer la población se utilizará la fórmula finita para establecer la muestra.

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

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza; para el 95% Z= 1.96

p: Posibilidad de que ocurra un evento p=0,5

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento q= 0,5

E: Error de la estimación, por lo general se considera el 5%; en este caso E=0,05

El número de encuestas necesarias para realizar la investigación será de:

$$n = \frac{98,378 (0.5)(0.5)}{\frac{(98,378-1)(0.05)^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{24,594.5}{\frac{(98,377)(0.0025)}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{24,594.5}{64.27}$$

$$n = 382$$

El número de encuestas necesarias para realizar la investigación será de 382

3.2.5 Proceso de Selección

El proceso de selección de la muestra será el de sujetos voluntarios, se realizará el levantamiento de la información por medio de encuestas en los días lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo; en horarios de 07:30 a 10:00 y 12:00 a 14:30.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS¹⁶

3.3.1 Métodos Teóricos

Método Hipotético-Deductivo

Este método se aplicó por que se utilizó los pasos esenciales como la observación, se plantearon hipótesis y se las verificó mediante el análisis de los fenómenos que ocurren en la práctica investigativa, para sacar las deducciones y comparar los resultados obtenidos.

Método Inductivo deductivo

Se aplicó este método para partir del origen del problema, se planteó hipótesis y se comprobaron los resultados, aplicando soluciones que modificarán el entorno para luego concluir con el problema planteado.

3.3.2 Métodos Empíricos

Método de la Observación

Radica en examinar directamente algún hecho o fenómeno como se presenta espontánea y naturalmente, teniendo un propósito deliberado conforme a un plan definitivo y recopilando los datos en una forma metodológica. Consiste en apreciar, ver, analizar un objeto, un sujeto o un contexto importante, con la orientación de un guía o cuestionario, para orientar la observación.

Este método será aplicado a lo largo de la investigación del proyecto, ya que ayudará a observar el problema en forma más detallada.

¹⁶ GARZA MERCADO, Ario: "Manual de técnicas de investigación para estudiantes", Editorial El Colegio de México, 2007

3.3.3 Técnicas e Instrumentos

La técnica utilizada es la encuesta que es un elemento imprescindible de todo proceso investigativo; en ella nos apoyamos para obtener el mayor número de datos posibles. Se manejó un listado de preguntas que fue entregado a los sujetos, a fin de obtener sus respuestas por escrito. A esta lista de preguntas se las denomina cuestionario o encuesta.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

La información adquirida fue tabulada utilizando el programa utilitario Microsoft Excel, mediante cuadros y gráficos de columnas, se procesa y presenta la información de cada pregunta del cuestionario o encuesta, la idea básica es determinar la frecuencia de cada una de las opciones para conocer los criterios de los encuestados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En el Recinto El Deseo existen en la actualidad varios comedores asentados al pie (borde) de la carretera, si bien es cierto estos locales tienen su clientela cabe recalcar también que no cuentan con las condiciones adecuadas como por ejemplo espacio, buena imagen tanto del local como del personal que atiende, no hay variedad de comidas, y los precios pueden no estar acorde con la calidad de los alimentos. Esto ocasiona la inconformidad de los consumidores y por otro lado la resignación de la población en cuanto a posibilidad de implementar restaurantes con servicios de óptima calidad que a su vez permita mejorar el nivel de producción del sector.

Es por ello que se ha pensado en llevar a cabo una investigación (descriptiva, no experimental, bibliográfica, de campo, cuantitativa y cualitativa), para lo cual se aplicó el método de la encuesta, a través de la cual se logró dilucidar varias interrogantes o incógnitas acerca de esta problemática y así conocer que piensan las personas que habitan y circulan diariamente por el Recinto El Deseo, esto en relación a los temas tales como el tipo de ambiente, grado de satisfacción, características del servicio, entre otros.

Para el efecto de elaborar la encuesta se tomaron en consideración las variables definidas en la hipótesis general e hipótesis particulares. La obtención de los datos se realizó en función de una categorización contemplando los siguientes parámetros:

- a) Lugareños y visitantes;
- b) Sexo, hombres y mujeres;

c) Edad, de 18 años en adelante;

d) Económicamente activos;

e) Momento de la recolección de información, días lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo (semana del 19 al 25 de Noviembre del año 2012, en horarios de 07:30 – 10:00 y 12:00 – 14:30). Se visitó casas, transeúntes, clientes de los comedores, mismos que fueron seleccionados de forma no probabilística.

Con lo explicado, se asegura haber establecido datos relacionados a las causas y efectos de la problemática formulada. Esta información proporciona puntos referenciales que permiten tener una idea amplia y profunda con un alto grado de exactitud.

Los resultados permiten establecer la veracidad de las hipótesis, logrando demostrar la relevancia de su planteamiento; y permitiendo establecer la necesidad de la implementación de la propuesta como solución inmediata a la problemática planteada en este trabajo investigativo.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

A continuación se exponen los resultados o información obtenida en la encuesta:

1. ¿Cuál cree usted que sería el mejor tipo de ambiente para un establecimiento de comidas típicas?

Cuadro N° 3: Tipo de Ambiente

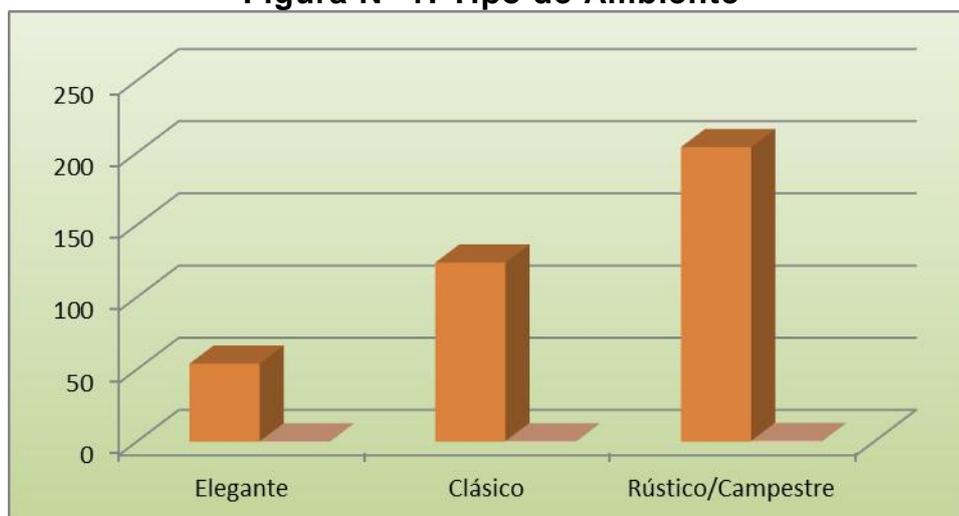
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Elegante	54	14%
Clásico	124	32%
Rústico/Campestre	204	53%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 1: Tipo de Ambiente



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

El tipo de ambiente preferido para un local de comidas típicas es el rústico o campestre con un 53% de elección por sobre el tipo clásico o elegante, en gran parte ayuda la ubicación del mismo que debe ser acorde al paisajismo circundante y mantener la estética para satisfacer los diferentes tipos de gustos y preferencias de los usuarios que acudan al local.

2. ¿Cuál ha sido el nivel de satisfacción en los establecimientos de comida que usted ha visitado en este sector?

Cuadro N° 4: Nivel de Satisfacción

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	17	4%
Satisfecho	124	32%
Poco satisfecho	190	50%
No interesa	51	13%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 2: Nivel de Satisfacción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

El alto nivel de insatisfacción, un 50%, por el servicio o consumo en los locales visitados, indica que hay un nicho de mercado que se puede explotar haciendo mejoras consistentes para satisfacer las necesidades del cliente, este análisis nos permite saber que se puede cambiar la perspectiva del cliente siempre que se hagan mejoras sustanciales a diferencia de los otros locales.

3. ¿Cuál es su comida típica preferida?

Cuadro N° 5: Variedad de Comida Típica

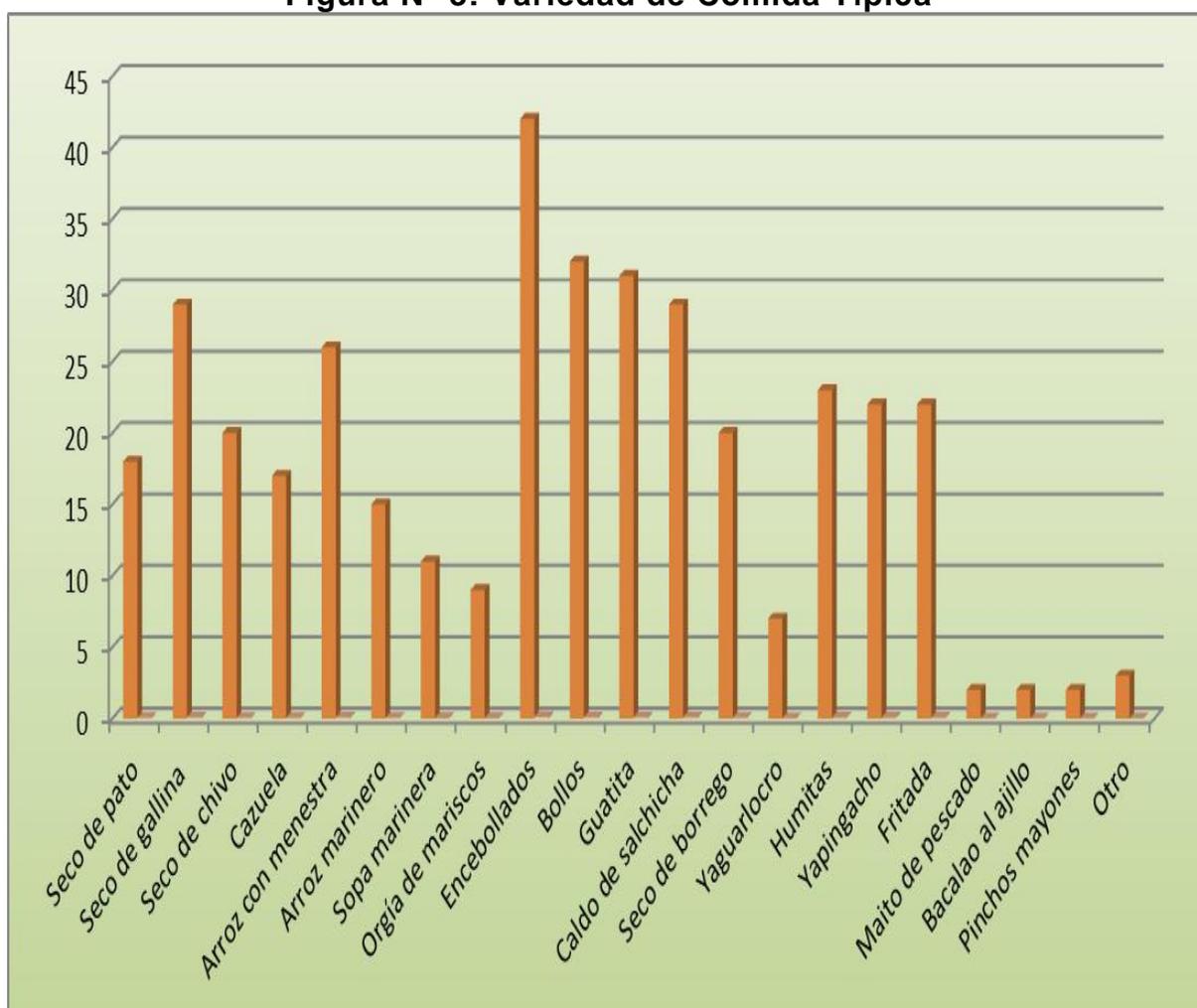
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seco de pato	18	5%
Seco de gallina	29	8%
Seco de chivo	20	5%
Cazuela	17	4%
Arroz con menestra	26	7%
Arroz marinero	15	4%
Sopa marinera	11	3%
Orgía de mariscos	9	2%
Encebollados	42	11%
Bollos	32	8%
Guatita	31	8%
Caldo de salchicha	29	8%
Seco de borrego	20	5%
Yaguarlocro	7	2%
Humitas	23	6%
Yapingacho	22	6%
Fritada	22	6%
Maito de pescado	2	1%
Bacalao al ajillo	2	1%
Pinchos mayones	2	1%
Otro	3	1%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 3: Variedad de Comida Típica



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

La preferencia a la hora de elegir comida típica está en mayor grado dirigida hacia la costeña y de campo, en porcentajes que van del 7 al 11% (Encebollado, seco de gallina y arroz con menestra), seguido de la cocina típica de la sierra (Humitas, caldo de salchicha y fritada) y por último del oriente ecuatoriano. Por ser un lugar de paso obligatorio, la ubicación del local permitiría atraer clientela de las diferentes regiones del país y así la venta de nuestros productos se acrecentaría.

4. De los siguientes enunciados en cuál usted se ubica:

Cuadro N° 6: Actividad Laboral

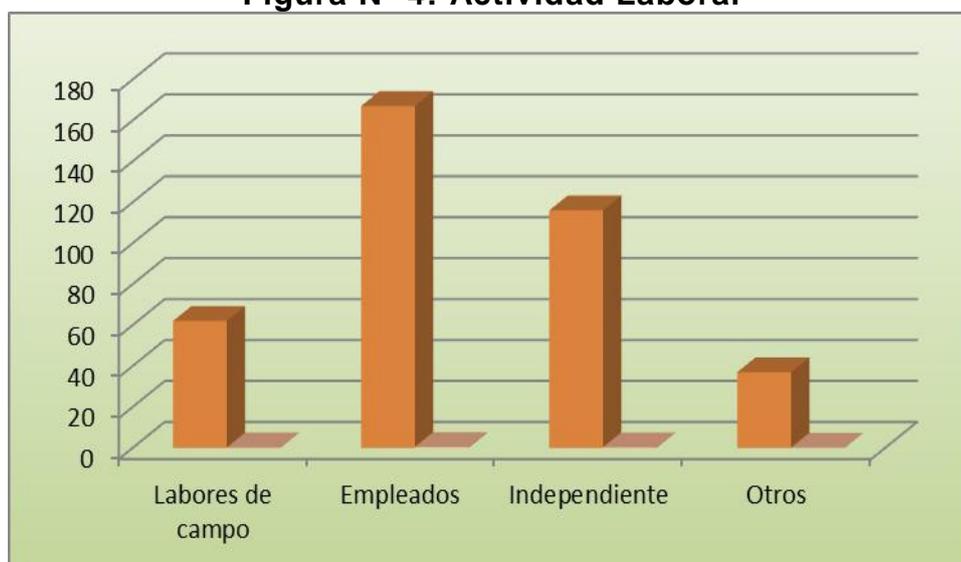
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Labores de campo	62	16%
Empleados	167	44%
Independiente	116	30%
Otros	37	10%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 4: Actividad Laboral



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

Por la ubicación estratégica del Recinto El Deseo, se determina que el mayor grado de comensales son: empleados con un 44% e independientes 30%, quienes tienen un poder adquisitivo constante lo que aseguraría que exista demanda por el producto que se ofrecerá.

5. ¿Qué característica considera que debe tener el personal que atiende en un establecimiento de comidas?

Cuadro N° 7: Características del Personal

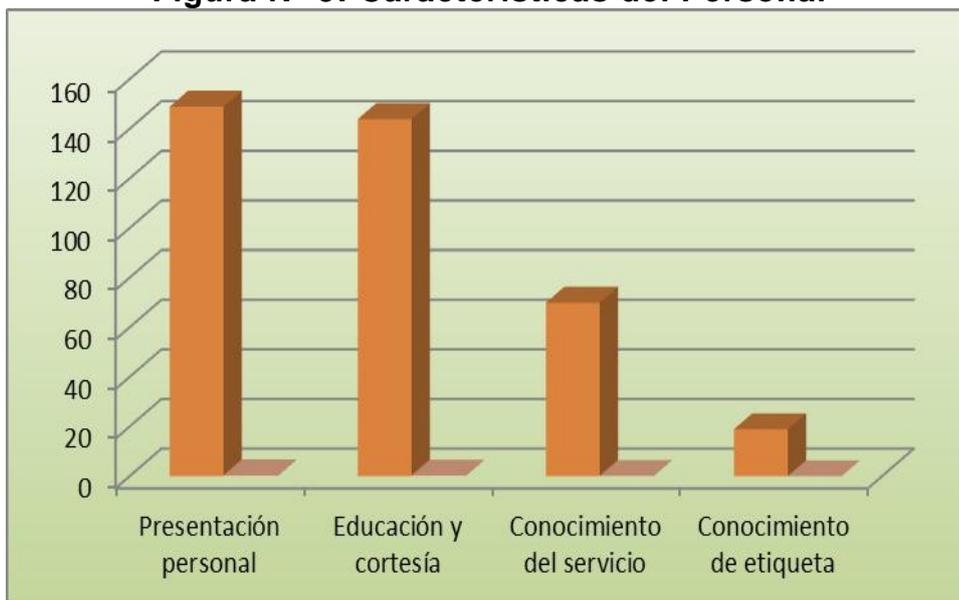
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Presentación personal	149	39%
Educación y cortesía	144	38%
Conocimiento del servicio	70	18%
Conocimiento de etiqueta	19	5%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 5: Características del Personal



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

La presentación personal y cortesía con 39 y 38% respectivamente, indica que el nivel de aceptación estará acorde al trato que se brinde al usuario. Para ello una opción sería otorgar incentivos al trabajador para que ejecute una atención adecuada al cliente.

6. ¿Considera que una gran variedad de platos típicos lo incentivaría a consumir más de uno?

Cuadro N° 8: Nivel de Producción

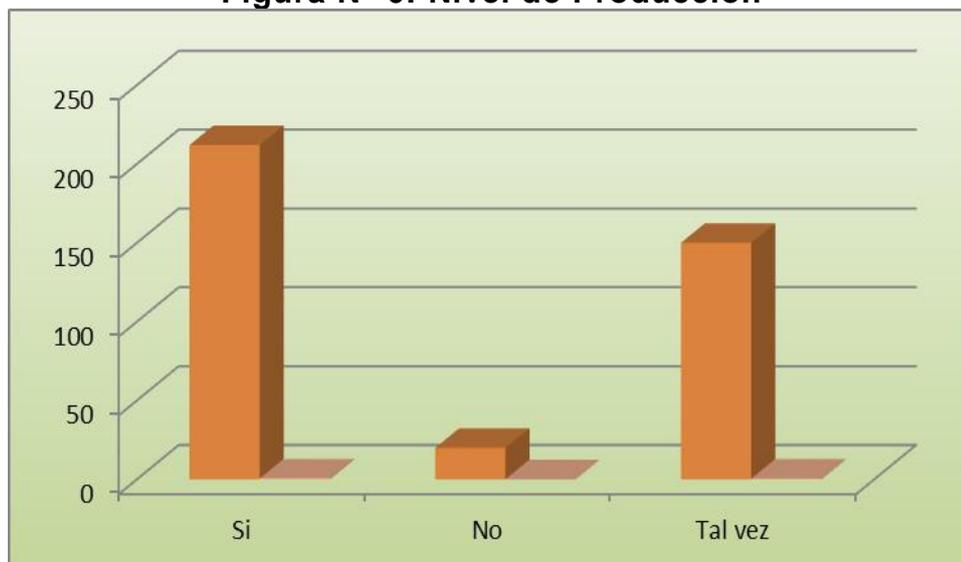
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	212	55%
No	20	5%
Tal vez	150	39%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 6: Nivel de Producción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

La aceptación a la variedad de los platos (en un 55%), permitirá que los comensales regresen a nuestro establecimiento o degusten más de un plato típico. Considerando los grupos familiares o de trabajo que acudan a nuestro local, el contar con variedad de platos típicos nos beneficia en cuanto al incremento de las ventas.

7. ¿Cuál de los siguientes elementos considera usted prioritario para un servicio de calidad?

Cuadro N° 9: Elementos para la Calidad del Servicio

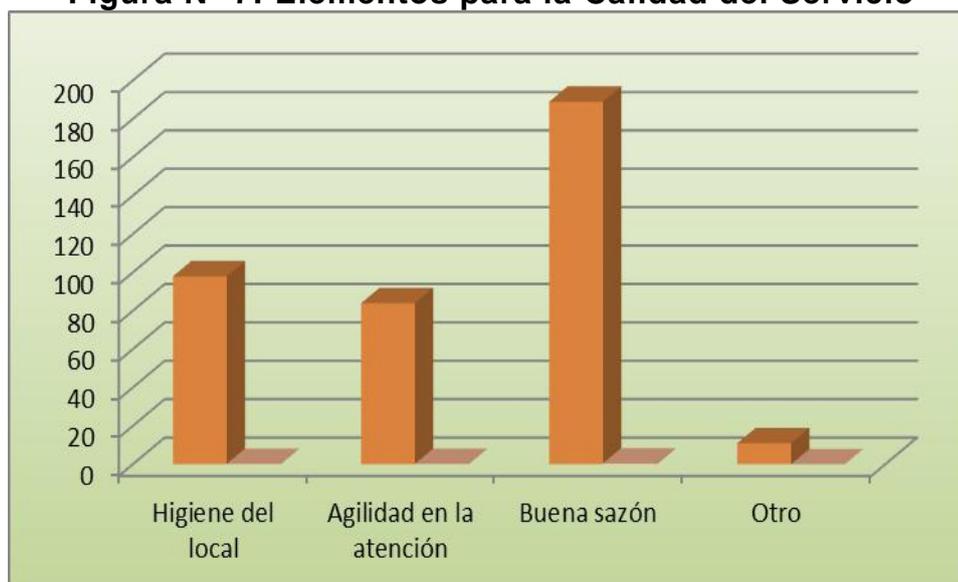
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Higiene del local	98	26%
Agilidad en la atención	84	22%
Buena sazón	189	49%
Otro	11	3%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 7: Elementos para la Calidad del Servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

Los clientes de restaurantes, tienen por preferencia la sazón (49%), por sobre la higiene del local (26%) y el tipo de atención (22%) en referencia como buen servicio, esto lleva a la consideración de mantener los sabores tradicionales y contar con una persona con experiencia en cocina y sabores nacionales que permita cautivar el paladar de los clientes.

8. ¿Está usted satisfecho con la preparación y precio de los platos que ofrecen los restaurantes del sector?

Cuadro N° 10: Nivel de Satisfacción de los Clientes

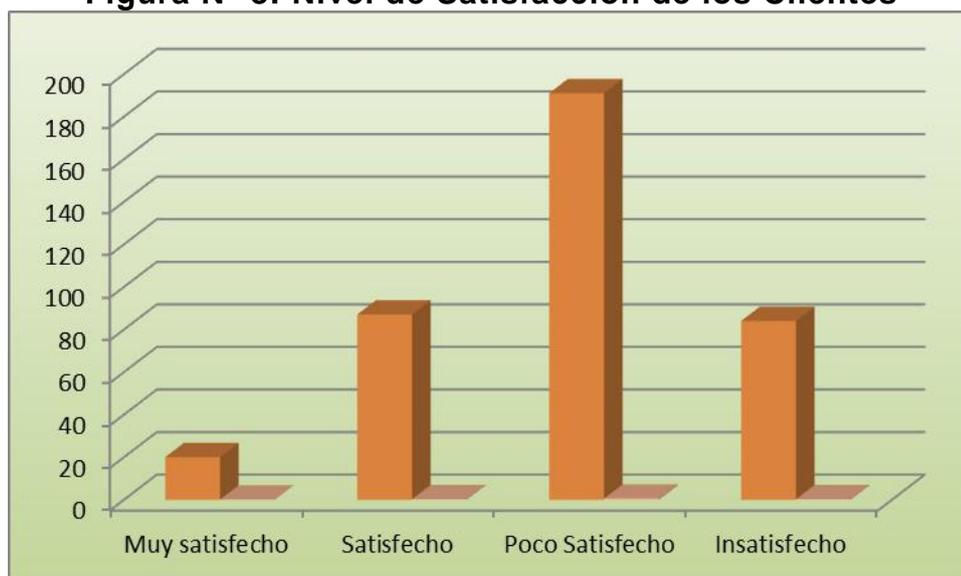
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy satisfecho	20	5%
Satisfecho	87	23%
Poco Satisfecho	191	50%
Insatisfecho	84	22%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 8: Nivel de Satisfacción de los Clientes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

Este análisis del nivel de satisfacción de precios y productos que se ofertan actualmente, refleja el grado de insatisfacción relativa (50%), así podemos determinar que el énfasis estará centrado en mejorar la preparación y mantener el precio de los productos a ofertar, debiendo ajustar cantidad y calidad para satisfacción común, no perjudicando la parte económica del consumidor final. Esta pregunta se relaciona con la número 7.

9. Cree usted que un restaurante de comidas típicas debe ser:

Cuadro N° 11: Infraestructura Apropiaada

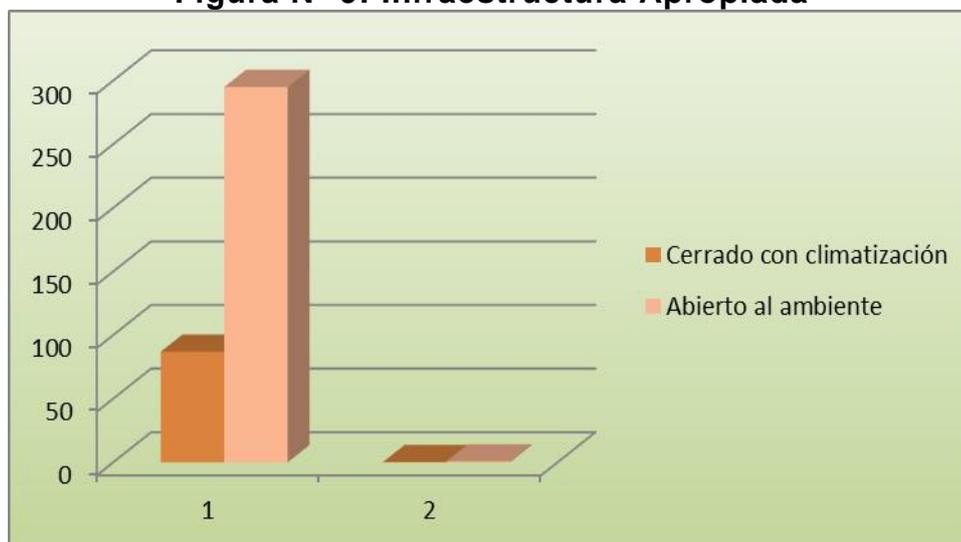
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cerrado con climatización	87	23%
Abierto al ambiente	295	77%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 9: Infraestructura Apropiaada



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

La tendencia actual por preferencias o gustos es estar en contacto con la naturaleza o al aire libre, la preferencia del 77% de encuestados lo demuestra, además esto depende del tipo de servicio a ofrecer, en nuestro caso las comidas típicas, por tradición se ofertan en un marco campestre o típico del lugar de procedencia. Esta pregunta la podemos contrastar con la número 1.

10. ¿Considera usted que un restaurante de comidas típicas abierto al ambiente atraería una mayor afluencia de clientes?

Cuadro N° 12: Afluencia de Clientes

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	229	60%
No	9	2%
Tal vez	144	38%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Figura N° 10: Afluencia de Clientes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Fecha: Noviembre 2012

Análisis

La consideración de poder acudir a un local a cielo abierto, es aceptada por un 60% de encuestados, a más de ser atractivo para quienes estén indecisos (38%), poder apreciar las instalaciones y los platos que se ofertan terminará convenciéndoles de degustar de platos en un local de comidas típicas ubicado cerca del carretero. Por otro lado, el fácil acceso, seguridad y los diferentes servicios que se brindaría en el local, aseguraría una mayor afluencia.

4.3 RESULTADOS

Con lo antes expuesto, se puede apreciar que la implementación de un restaurante de comidas típicas tendría gran aceptación en el sector, así lo demuestran las respuestas que se obtuvieron durante la ejecución de la encuesta. Cabe anotar que la percepción tanto de lugareños como de visitantes es prácticamente la misma.

Basándonos en lo mencionado en el párrafo anterior, convendría que el restaurante de comidas típicas sea implementado en un ambiente rústico o campestre. Por otro lado, buscando una mejora significativa se tendrá que integrar todos los servicios que debe poseer un restaurante de comidas, alcanzando en una mayor medida la satisfacción de las personas y ampliando su perspectiva.

También hay que considerar que los gustos en cuanto a platos típicos son muy variados, demanda que no ha sido satisfecha y que se piensa cubrir manteniendo una amplia gama de productos como por ejemplo encebollados, seco de gallina, bollos, caldo de salchicha, guatita, arroz con menestra, yapingacho, humitas, fritada, seco de borrego, entre otros.

Los lugareños y visitantes requieren de una atención adecuada preponderando ante todo la cortesía y educación al igual que la imagen o presentación del personal y de hecho el buen trato a los clientes. La preparación y costo de los platos definirá el grado de aprobación que pueda tener el restaurante.

Por último, notamos que la mayoría de encuestados concuerdan con la idea que las instalaciones de un restaurante de comidas típicas debe ser abierto al ambiente, situación que se relaciona con las respuestas de la primera interrogante (rústico o campestre), sino también por el lugar donde se prevé implementarlo; además esto cautivaría a un mayor número de personas.

En definitiva, se puede concluir que las respuestas obtenidas ratifican la idea de brindar una mejor opción a los clientes, por tal razón sería recomendable realizar un análisis profundo del plan de implementación de un restaurante rústico donde se oferte comida típica principalmente de la zona costera del país.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro N° 13: Verificación de Hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
<p><input type="checkbox"/> La implementación de un restaurante que oferte comidas típicas en el Recinto el Deseo además de brindar las condiciones adecuadas de asepsia, calidad en la atención y un servicio de primera ayudaría a generar satisfacción en los potenciales consumidores, y a establecer los beneficios que obtendrían los inversionistas.</p>	<p>De acuerdo con las respuestas obtenidas en las preguntas 1 y 2 de la encuesta, la población del sector está de acuerdo con la implementación del restaurante de comidas típicas que brinde un ambiente rústico. Esto permite justificar la idea inicialmente planteada para lograr la satisfacción en las personas.</p>
HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
<p><input type="checkbox"/> La variedad de las comidas típicas que se ofrecen a los clientes en los comedores del Recinto provocaría un aumento en los ingresos.</p>	<p>Las diversas opciones elegidas en la encuesta ratifican que las personas esperan una mayor variedad de platos, situación que mejoraría el nivel de ingresos en beneficio de los emprendedores del sector. Así lo muestran las preguntas 3 y 4.</p>
<p><input type="checkbox"/> El personal capacitado, esto es mano de obra calificada, ayudaría a incrementar la producción de servicios.</p>	<p>Contar con personal calificado y de buena presencia que brinde un servicio óptimo al cliente es una de las metas para lograr la fidelidad de los clientes. Esto de acuerdo a las preguntas 5 y 6.</p>

<p>□ La calidad del servicio brindada por los restaurantes de comidas típicas es el principal factor que contribuye en la satisfacción de los clientes.</p>	<p>La calidad del servicio está orientada hacia la buena sazón, la higiene del local y la agilidad, así como la preparación y los precios. Estos son puntos que deben ser considerados como prioridad si se pretende lograr la satisfacción en el usuario. Lo reflejan las preguntas 7 y 8.</p>
<p>□ Una infraestructura apropiada para el funcionamiento de un restaurante de comidas podría agrandar y atender a un mayor número de clientes.</p>	<p>Esta hipótesis es validada a través de las preguntas 9 y 10, con estas se puede evidenciar la aceptación de la gente hacia un negocio de comidas típicas abierto al ambiente.</p>

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Implementación de un restaurante de comidas típicas en el Recinto El Deseo del Cantón Yaguachi.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La siguiente investigación se encuentra fundamentada en conceptos básicos y técnicos referentes a la evidencia de las nociones que debe contener un trabajo investigativo, para establecer de manera científica la propuesta que se pretende plantear y cuyo sustento sea materia de búsqueda, para ratificar la presentación de dicho informe.

Comida típica

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país, esto se debe a que dentro del mismo se encuentran cuatro regiones naturales (costa, sierra, amazonía e insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones¹⁷. En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales. La cocina ecuatoriana está fuertemente influenciada a lo largo de su historia por los pueblos que conquistaron su territorio: (incas y españoles) y por migrantes que han llegado al país (principalmente chinos); naciendo de esa variación y combinación la Comida Criolla, que debe su nombre asimismo en alusión a la mezcla de razas y culturas ocurridas con el nacimiento del mestizaje y la llegada de los españoles que trajeron consigo la flora y fauna doméstica como los animales e ingredientes o componentes de la ya conocida gastronomía mediterránea que unida a la indígena nativa formó lo que denominamos

¹⁷<http://recetaecuatoriana.com> publicado el 10 marzo del 2009, recuperada el 15 de Enero del 2013.

por hoy en América Latina como “Comida Criolla”. Esta situación le ha proporcionado una gran variedad de técnicas culinarias e ingredientes.

Comidas y bebidas de las que se escuchan a diario están plenamente identificadas con un determinado sector ecuatoriano y constituyen su patrimonio y su verdadera carta de presentación ante compatriotas y extranjeros; allí por ejemplo las sabrosas chugchucaras, las hallullas y los quesos de hoja de Latacunga, provincia de Cotopaxi; las choclatandas y los tamales lojanos que invitan a la repetición por su exquisita preparación; la cazuela y el encocado de Esmeraldas, igualmente deliciosos; y, el famoso "tardón" (aguardiente y jugo de naranjillas) de la provincia del Carchi.¹⁸

Así, antes de entrar en materia al citar en orden a las provincias con sus respectivas viandas y potajes característicos, como es el propósito de estas apretadas líneas, es necesario aclarar que muchas de las preparaciones que vamos a mencionar aquí no sólo permanecen en sus sitios de origen, sino que han traspasado los linderos urbanos y cantonales para convertirse en propios de una facción más amplia e incluso de dos o tres provincias, pero a veces cambiando únicamente su denominación.

Y como siempre lo hacemos con este tipo de trabajos, invitamos a quienes nos leen a compartir sus conocimientos y experiencias junto a familiares y amigos, tomando la entretenida tarea de agregar algún nombre que se haya escapado. Creemos que lo importante radica en despertar el interés de los ecuatorianos por lo suyo y esta es una excelente oportunidad para apreciar la bondad del folclore nacional en una actividad de la que absolutamente nadie puede prescindir por estar ligada a la vida cotidiana, la cual es la alimentación.

Advertidos entonces vayamos por los pueblos de la patria y recordemos las exquisiteces que se preparan en ellos; estamos muy seguros que hasta los que se ufanan de tener un "paladar exigente" recordarán con fruición la tentadora presencia de un plato de hornado, de un caldo de salchichas o manguera, de un seco de chivo o de una ración de "mote pillo".

¹⁸<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/los-platos-tipicos-de-nuestro-ecuador> publicado el 07/Febrero/2004

En la Costa

Esmeraldas, la Provincia Verde, entrega como platos típicos el encocado, el tapado, la bala con queso, la cazuela, el pusandao, la chucula y el mazato, que en su mayoría tienen como ingredientes obligados el plátano o verde, coco y el pescado; Manabí tiene fama por el viche de pescado, la carne punzada, el corviche, las empanadas y la torta de verde, la chicha de maíz amarillo, la sal prieta con bolón de verde, la cazuela, etc.; Guayas es conocida por el seco de chivo, las hayacas, el arroz con menestra y carne asada con patacones, el caldo de manguera y otros platos que se preparan en sus cantones integrantes, con pescado, camarón y verde, caso de los bollos, el sango, etc.; Los Ríos ofrece variados platos a base de pescado y verde, como los bollos que compiten en sabor con el ayampaco, el aguado de gallina y los refrescos con frutas costeñas entre las que están la sandía y la badea; El Oro, en cambio, sugiere deleites con la comida de mariscos llámense la sopa marinera y los cebiches, que comparten primacía con el arroz aguado, el champús, el repe, el tigrillo y el sango de choclo.

En la Sierra

La provincia del Carchi dá la oportunidad de paladear platillos exquisitos de la nombradía del cuy con papas, el hornado, las tortillas de papa, el pan de cuajada, el caldo de gallina y el "tardón", que es una bebida preparada con aguardiente y jugo de naranjillas; Imbabura tiene en su cuadro de platillos y bebidas típicas, la carne colorada, el cuy asado, las empanadas de morocho, las nogadas, el arrope de mora, la chicha del Yamor y los helados de paila; Pichincha posee igualmente una variada lista que incluye el puchero, la tripa mishqui, la carne colorada, la fritada, el hornado, los yapingachos, el yahuarlocro y el caldo de pata, entre otros; Cotopaxi se ufana con sus conocidísimas chugchucaras, las allullas, el queso de hojas, los yapingachos, etc.; Tungurahua es siempre recordada por su pan de Ambato, los yapingachos, la chicha aloja, el hornado, el morocho, el cuy asado y las tortillas de papas; Cañar conquista a propios y extraños con el ají de cuy, el "mote pata", el queso, los buñuelos y la bebida de nombre "draquesito". Azuay reserva para sus turistas el cuy asado, la fritada, el mote en diferentes preparaciones, el caldo de gallina, la sopa de quinua, los buñuelos, el dulce de higos, el "mote pata", las

morcillas, los yapingachos, el champús, el morocho, etc. Bolívar ofrece igualmente los buñuelos, los chigüiles, el sancocho, el molo o torta de papas, el canelazo, el naranjillazo y el café con empanadas; Chimborazo conserva como especialidades de su cocina popular las cholas de Guano, los yapingachos, el yahuarlocro, el hornado, el cariucho y la fritada que se complementan con la chicha y otros refrescos; finalmente Loja obsequia para sus hermanos ecuatorianos y extranjeros los tamales, el repe, la chanfaina, la "olla podrida", las choclotandas, la cecina, etc.

En el Oriente

La provincia de Sucumbíos, Napo, Pastaza, Morona-Santiago y Zamora-Chinchipe también han ido asumiendo un papel de plena identificación y al paso del tiempo son bien conocidas algunas preparaciones. Tenemos así el caso del plato que se llama mayto, preparado con carne y plátano en la provincia de Pastaza; de manera similar las variedades de chicha elaboradas a base de yuca, plátano o chonta, en la mayoría de las poblaciones de la amazonia patria. Hay que agregar el mazato y las aguas aromáticas que se brinda apenas llega el visitante, como se lo hace con la tradicional guayusa.

Algo más;

El timbushca, el caldo de bolas, la guatita, el churrasco, los quimbolitos, la torta de camote, los muchines y tantas otras preparaciones que se agregan a las que adquieren vigencia en celebraciones especiales del año sean éstas la colada morada en finados y la fanesca por Semana Santa.

Igualmente sería injusto dejar de precisar que al margen de la connotación provincial con sus platos tradicionales, hay pueblos que tienen "patentadas" ciertas golosinas que le han dado popularidad a nivel nacional; eso ocurre con Rocafuerte y sus dulces, en Manabí; Baños de Tungurahua, con sus alfeñiques; Calderón, en Pichincha, con sus guaguas de pan; Ibarra, en Imbabura, con sus nogadas; y Salcedo, en Cotopaxi, con su pinol, para citar unos pocos ejemplos.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El proyecto se ha desarrollado con nuestros conocimientos financieros y operativos, además de haber realizado una exhaustiva y minuciosa investigación, la cual nos ayudó a elegir nuestro mercado potencial.

El tema del proyecto nace ante la necesidad de implementar un restaurante de comidas típicas en el Recinto El Deseo del Cantón Yaguachi integrando aquella demanda insatisfecha. El restaurante de la comida es atractivo y rentable, siempre y cuando éste sea bien administrado.

“LA SAZÓN DE NARCISA” es una empresa dedicada a la elaboración de platos típicos brindando un producto de buena calidad, un servicio innovador con atención eficiente, dirigido especialmente a un público de exigente paladar.

Para lo que se ha realizado un estudio de mercado el cual es un instrumento muy importante para la implementación de cualquier proyecto de inversión, lo que evita una decisión incorrecta y gastos innecesarios por lo que está absolutamente justificado un análisis de mercado para la implantación de un restaurante temático estilo paradero que ofrezca comidas típicas en el Recinto El Deseo del Cantón Yaguachi.

Además que dicho estudio proporciona datos de suma importancia y relevancia para la implementación de este proyecto, acercando a la realidad del mercado, haciendo conocer sus verdaderas necesidades y expectativas para que los capitalistas realicen una inversión segura.

Debido a esto y a que el Ecuador es un país con una amplia diversidad cultural y por ende gastronómica, las personas que transitan por el sector también conforman una gran variedad étnica. Además la geografía incide en las tradiciones, costumbres y creencias, nuestra comida difiere mucho de un sector a otro, por lo que el análisis de las principales preferencias es de suma importancia.

En función de la investigación se pudo establecer que los comensales de los diferentes locales de venta de alimentos preparados, sienten un alto nivel de insatisfacción respecto a la atención mediática, a la inexistencia de una variada oferta en el menú e instalaciones precarias.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Implementar un restaurante de comidas típicas en el Recinto El Deseo del Cantón Yaguachi; mediante un préstamo a la banca, para brindar mayor confort a los habitantes de esta zona y a quienes a diario circulan por esta importante arteria vial.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Determinar el lugar donde se establecerá el restaurante.
- Definir las características técnicas del servicio a ofrecer.
- Establecer la estructura organizacional, sus procesos y funciones del personal.
- Precisar la normativa legal que el restaurante debe cumplir incluyendo las regulaciones ambientales.
- Realizar una evaluación económica y financiera del restaurante que permita confirmar la posibilidad de recuperar la inversión y obtener una rentabilidad adecuada.

5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Yaguachi

Parroquia: Yaguachi Viejo (Cone)

Recinto: El Deseo

Sector: Emprendimiento

Figura N° 11: Croquis de la ubicación del Recinto El Deseo.



Fuente: Tomado de GoogleEarth.

Figura N° 12: Vista aérea satelital de la ubicación del Recinto El Deseo.



Fuente: Tomado de GoogleEarth.

5.6 FACTIBILIDAD

5.6.1 Análisis de Mercado

Análisis PORTER

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que el restaurante debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia:

Amenaza de entrada de Nuevos Competidores

La principal barrera de entrada de nuevos competidores es que existen ya muchos restaurantes que a pesar de brindar un servicio mediocre tienen clientela fija.

Esto nos indica que el poder de los nuevos competidores sería muy limitado, ya que necesitarían de una alta inversión para darse a conocer mediante la utilización de estrategias publicitarias y lograr captar un mercado cuya fidelización se encuentra en los restaurantes ya existentes.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es relativamente limitado ya que los elementos necesarios para el curso normal del restaurante son de fácil adquisición debido a que estos en su mayoría son perecibles y sus precios se encuentran en constante control gubernamental por lo que el poder de negociación se inclina a nuestro favor ya que los proveedores no pueden mantener por mucho tiempo en su poder estos productos y tienen que comercializarlos para no tener pérdidas.

Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores es mediano debido a que existen muchos restaurantes de donde ellos pueden escoger, en el sector donde está ubicado este restaurante se encuentran muchos otros de similares características.

Por lo tanto, es recomendable hacer uso de estrategias que permitan captar nuestro mercado objetivo, ofreciendo diferenciación en el servicio y calidad del producto que se comercializará.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

La amenaza del ingreso de productos sustitutos tal es el caso de comidas rápidas o piqueos, es elevada ya que los mismos tienen una baja inversión, son de fácil preparación y de gran aceptación por las personas que degustan de comidas al paso.

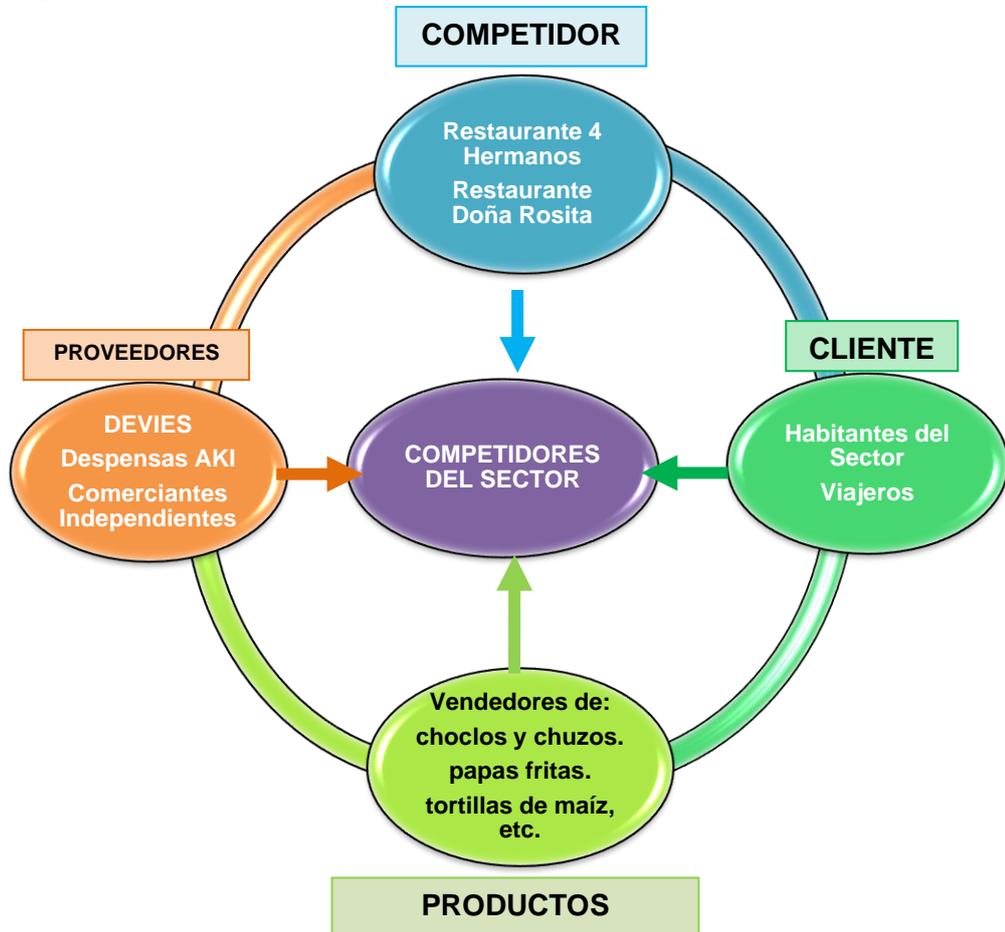
Se recomienda por lo tanto, implementar piqueos, bebidas naturales y snacks para satisfacer la demanda de este tipo de alimentos y tener ingresos extras.

La rivalidad entre los competidores

Los competidores ya existentes no son una barrera de entrada para este restaurante debido a que en el estudio de mercado se pudo observar que no realizan cambios, innovaciones, ni mejoras en cuanto a la imagen de los restaurantes y la calidad del servicio que ofrecen; lo que resulta ventajoso para nuestra empresa, ya que nos centraremos en la satisfacción total de nuestra clientela y proyectar una imagen fresca, pulcra y comprometida.

Las 5 fuerzas de Porter para la implementación de un restaurante de comidas típicas en el Recinto El Deseo del Cantón Yaguachi.

Figura N°13: Gráfico del Análisis de las 5 fuerzas PORTER



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

5.6.2 Análisis Administrativo

Talento Humano

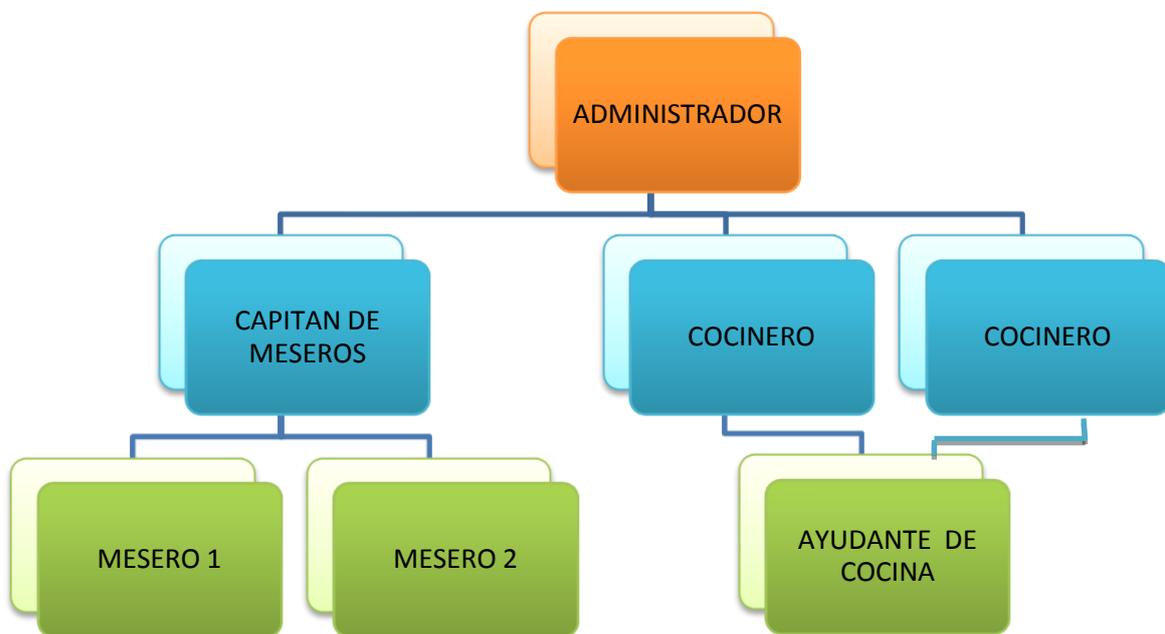
Se denomina como recurso humano al grupo de trabajadores o empleados que componen una empresa o institución; que desempeñan una variada lista de tareas específicas según el sector. Los recursos humanos de una empresa, de acuerdo a las teorías de administración de empresas, son una de las fuentes de riqueza más importantes ya que son las responsables de la ejecución y desarrollo de todas las tareas y acciones que se necesiten para la buena actividad de la misma.

Organigrama

Jack Fleitman (2000), autor del libro "Negocios Exitosos", define el organigrama como la "representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría"¹⁹

Es así como se define el esquema estructural y jerárquico del restaurante "La Sazón de Narcisa".

Figura N° 14: Estructura Organizacional



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

¹⁹FLEITMAN, Jack: *Negocios Exitosos*, Mc Graw Hill, México DF, 2000, Pág. 246.

Actividades del Personal

Cuadro N° 14: Manual de Funciones del Administrador

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	ADMINISTRADOR
AREA:	ADMINISTRATIVA
SE REPORTA A:	INVERSIONISTA , PROPIETARIO
SUPERVISA A:	CHEF, CAPITAN DE MESERO
FUNCION PRINCIPAL Dirigir y coordinar todas las actividades y los recursos a través del proceso de proyección, distribución, orientación, y control a fin de lograr los objetivos establecidos. Representar y administrar el restaurante frente a terceros. <ul style="list-style-type: none">• Dirección gastronómica• Administración de Personal• Manejo de Proveedores.• Estados Financieros	
Requisitos <ul style="list-style-type: none">• Profesional en Ingeniería Comercial o carreras afines.• Conocimientos en Word, Excel, etc.• Experiencia mínima 3 años en cargos similares.	

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 15: Manual de Funciones del Jefe de Cocina.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	JEFE DE COCINA
AREA:	COCINA (Operaciones)
SE REPORTA A:	ADMINISTRADOR
SUPERVISA A:	AYUDANTE DE COCINA
<p>FUNCION PRINCIPAL</p> <p>Tener conocimiento y habilidad para cocinar, ser creativo y tener excelentes destrezas comunicativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de los productos y bienes de la cocina. • Preparación de los distintos platos. • Control de higiene de la cocina y empleados. • Eficiencia y eficacia. • Coordinar las tareas de sus ayudantes de cocina eficientemente. • Uso apropiado de equipos y materias primas. • Efectuar la compra de materias primas. 	
<p>Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en Artes Culinarias, chef o carreras afines. • Conocimientos en Word, Excel, etc. • Experiencia mínima 3 años en cargos similares. 	

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 16: Manual de Funciones del Ayudante de Cocina

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	AYUDANTE DE COCINA
AREA:	COCINA
SE REPORTA A:	JEFE DE COCINA
SUPERVISA A:	NO APLICA
<p>FUNCION PRINCIPAL</p> <p>Coordinar y efectuar de manera eficaz y eficiente las tareas encomendadas por el cocinero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayudar en la realización de los platos. • Eficiencia y eficacia en coordinación de tareas. • Higiene tanto de la cocina como de los instrumentos esenciales. • Cuidado de los bienes de uso de la cocina. • Uso apropiado de insumos o ingredientes. 	
<p>Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios Secundarios. • Curso técnico de cocina. • Experiencia mínima 2 años en cargos similares. 	

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro Nº 17: Manual de Funciones del Capitán de Meseros.

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	CAPITAN DE MESEROS
AREA:	RESTAURANTE
SE REPORTA A:	ADMINISTRADOR
SUPERVISA A:	MESEROS
<p>FUNCION PRINCIPAL</p> <p>Coordinar el servicio hacia los clientes y hacer cumplir con las responsabilidades de cada mesero.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inspección de los materiales y bienes del mismo. • Controlar las tareas de los meseros. • Recepción y acomodamiento de clientes. • Orden y limpieza del restaurant. 	
<p>Requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secundaria. • Carrera técnica en atención al cliente, capacitación constante en la misma. • Experiencia mínima 2 años en cargos similares. 	

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 18: Manual de Funciones del Mesero

MANUAL DE FUNCIONES	
NOMBRE DEL CARGO:	MESERO 1 y 2
AREA:	RESTAURANTE
SE REPORTA A:	CAPITAN DE MESERO
SUPERVISA A:	NO APLICA
FUNCION PRINCIPAL <ul style="list-style-type: none">• Debe tomar y hacer respetar los pedidos y necesidades de los clientes.• Orden y limpieza del restaurant.• Arreglo de su sector de trabajo.• Atención cordial y eficaz.• Debe reordenar su sector de trabajo después del servicio.• Responder debidamente ante quejas.	
Requisitos <ul style="list-style-type: none">• Secundaria.• Carrera técnica y capacitación constante en atención al cliente• Experiencia de 1 año en restaurantes, o en hoteles.	

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

5.6.3 Análisis Técnico

Para el proceso operativo del restaurante “La Sazón De Narcisa” se hace necesario de maquinaria tales como cocina industrial, hornos, neveras, etc., los cuales son fundamentales para la puesta en marcha del restaurante. Aquí también se tienen en cuenta los utensilios de cocina con los que contarán el chef y sus ayudantes como licuadoras, ollas, sartenes, cuchillos, entre otros.

Cocina Industrial con Horno

Figura N° 15: Cocina Industrial con Horno



Fuente: FRITEGA S.A.

Características

- Funcionamiento a gas
- 4 quemadores
- 2 pozos freidores
- Horno
- Construido en acero inoxidable
- Reguladores de altura
- Patas en tubo cuadrado.

Congelador vertical

Figura N° 16: Congelador vertical



Fuente: FRITEGA S.A.

Características

- Dos puertas
- Importado 110 a 220 volts
- Tempo de 18° a 15°
- Sistema de refrigeración no frost
- Control digital
- Interior y exterior de acero inoxidable
- Gran capacidad
- Mide 148 x 83 x 200 cm

Olla Arrocera

Figura N° 17: Olla Arrocera



Fuente: FRITEGA S.A.

Características

- 25 lbs. Producto Terminado
- Tazón interior. En aluminio de 6mm. De espesor
- A gas
- Tiempo de cocción de 15 a 20 min. Por proceso
- Apagado automático

Auto servicio de 6 bandejas

Figura N° 18: Auto servicio de 6 bandejas



Fuente: FRITEGA S.A.

Características

- Mide 210x70x90
- Elaborado en acero Inoxidable
- Vidrio recto
- 6 Bandejas
- Sistemas a gas
- Ruedas con freno
- Luz interior

Parrilla a gas o carbón

Figura N° 19: Parrilla a gas o carbón



Fuente: FRITEGA S.A

Características

- 6 Flautas de gas construido en acero inoxidable
- Garruchas de tres pulgadas con frenos
- Gavetas para almacenar

Campana extractora de olores

Figura Nº 20: Campana extractora de olores



Fuente: FRITEGA S.A

Características

- Alta capacidad de extracción
- Elaborada en acero inoxidable
- Filtro de retención de grasa

Acero Inoxidable Sistema de montaje de pared "Wall Mounting" 500 m³/h de capacidad extractora Tres niveles de velocidad 3 Filtros metálicos atrapa-grasa con duración de por vida. Los filtros metálicos se pueden lavar en el lavaplatos Sistemas de: extracción o purificación. Filtro de carbón activado para absorber malos olores Interruptores "PushButton" 1 Lámpara incandescente de 40 w Chimenea telescópica Dimensiones Alto: 40 - 78 cm Ancho: 90 cm Profundo: 50 cm Peso 16 kg Diámetro de salida de aire 150 cm.

Tostadora de dos tapas

Figura Nº 21: Tostadora de dos tapas



Fuente: FRITEGA S.A

Características

- Liza de 220 volts.
- Acero inoxidable
- Control de temperatura
- Ind. de 50° a 300°

Licuada industrial

Figura N° 22: Licuadora industrial



Fuente: FRITEGA S.A

Características

- Baso en acero inoxidable
- 110 voltios
- Capacidad 8 litros
- 3500 rpm

Ollas Y Pailas Industriales

Figura N° 23: Ollas Y Pailas Industriales



Fuente: FRITEGA S.A

Características

- Elaboradas en aluminio aleado de alta resistencia.
- Manillas de acero inoxidable.
- Distribucion rapida del calor.
- Capacidad: 10, 15, 20 y 25 litros .

Sartenes de teflón

Figura N° 24: Sartenes de teflón



Fuente: www.Google.com

Características

- Mango de plástico
- Cubierta interior antiadherente
- Cubierta exterior enlosado que permite una excelente distribución de calor.

Cernideros

Figura N° 25: Cernideros



Fuente: FRITEGA S.A

Características

- Elaborados en aluminio aleados
- Mango de plástico
- Gran capacidad
- Resistentes al calor

Cucharetas de 6 piezas

Figura N° 26: Cucharetas de 6 piezas



Fuente: Paseo Shopping Milagro

Características

- Cucharón (inoxidables o antiadherentes)
- Cazo
- Palas de fritos
- Espumadera
- Trinche
- Pinza

Espumaderas (las podemos encontrar inoxidable y antiadherentes). Es un utensilio de cocina empleado para sacar los alimentos fritos o cocidos del interior de la sartén o cacerola, aunque también se emplea para desespumar caldos, de ahí proviene su nombre. Este accesorio de cocina consta de un largo mango y una especie de cazo con forma de paleta, muy abierta, y con agujeros en su superficie para que al sacar los alimentos sólidos los líquidos se escurran por los agujeros.

Palas de fritos (las podemos encontrar inoxidable y antiadherentes) Tiene función parecida a la espumadera. Aunque este utensilio de cocina puede tener agujeros más grandes, por lo que permite escurrir más el aceite de los alimentos. Como su misma palabra dice sirve para sacar los fritos de las sartenes, y escurrirlos. Su forma suele ser rectangular o redonda.

Cucharones (inoxidables o antiadherentes) Es un utensilio de cocina que tiene la forma de una cuchara grande, se suele utilizar para servir alimentos de la sartén al plato.

Cazos (inoxidables o antiadherentes) Son utensilios de cocina parecidos a los cucharones con el mango largo que sirven para pasar líquidos de un recipiente a otro. Se suele usar para caldos y guisos caldosos, son uno de los utensilios imprescindibles en la cocina. Existen de diversos materiales, siendo los más comunes los metálicos.

Trinche Es uno de los utensilios tres claveles más específicos. Sirve para servir los espaguetis. Su forma características facilita esa acción, ya que impide a los espaguetis que se escurran sobre él.

Juego de mesa 4 puestos

Figura N° 27: Juego de mesa 4 puestos



Fuente: Carpintería Tropical Center

Características

- Juego de 5 piezas
- Elaborados en madera solida
- Cubiertos con una capa de barniz.

Juego de mesa 8 puestos

Figura N° 28: Juego de mesa 8 puestos



Fuente: Carpintería Tropical Center

Características

- 8 sillas de madera sólida
- Mesas de madera
- Toque campestre ideales para espacios abiertos.

Juego de cubiertos de excelente diseño

Figura N° 29: Juego de cubiertos de excelente diseño



Fuente: Paseo Shopping Milagro

Características

- Fabricados en acero quirúrgico que inhibe la proliferación de bacterias
- 50 cuchillos serrucho
- 50 tenedores de mesa
- 50 cucharas de mesa
- 50 Cucharas de café

Juego de cuchillos de cocina

Figura N° 30: Juego de cuchillos de cocina



Fuente: www.Google.com

Características

- 5 cuchillos de cocina con placa imantada, acero inoxidable
- 1 cuchillo de cocina 34cm.,
- 1 cuchillo de 33 cm.,
- 1 cuchillo de 26,5 cm,
- 1 cuchillo de 24 cm.,
- 1 cuchillo de 19 cm

Juegos de vasos

Figura N° 31: Juegos de vasos



Fuente: Paseo Shopping Milagro

Características

- Fabricados en cristal de alta resistencia
- Capacidad 12 onzas
- 60 unidades
- Elegante diseño.

Juegos de platos

Figura N°32: Juegos de platos



Fuente: Paseo Shopping Milagro

Características

- Fabricado en losa con alta resistencia al calor.
- Ideal para el uso en microondas.
- Cada juego contiene:
- 50 platos llanos Grandes.
- 50 platos hondos Soperos.

Extintores de espuma

Figura N° 33: Extintores de espuma



Fuente: www.Google.com

Características

- Capacidad de 5 galones
- Volumen 10 veces al origen
- Clases de incendio A- B
- Alcance 20 a 35 pies

Espuma son productos espumajéenos, líquidos, sintéticos, a base de proteínas, fluoroquímicos. Se utiliza en incendio clase A y B que son los más comunes por medio de una acción de sofocamientos y refrigeración: por acción del sulfato de aluminio que forma una película acuosa.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La idea de este restaurante surge del trabajo investigativo que se realizó en los capítulos anteriores a partir de la observación de los diferentes restaurantes existente en el sector, donde se encontraron insatisfacciones de los clientes que acudían a los mismo en cuanto a la calidad del servicio, el sabor y la presentación de los platos y en algunos casos hasta la higiene.

Como consecuencia surgió el proyecto de inversión en un restaurante temático de comida típica, para ofrecer un mejor servicio al mercado existente y hacerlo crecer con la captación de un mercado potencial al cual se le brindara calidad y atención personalizada e innovación en la creación y presentación del menú que se ofrece, tomando siempre en cuenta de la asepsia en la elaboración de los mismo y teniendo sumo cuidado en los precios.

Nombre de la Empresa

La Sazón de Narcisa

Logotipo

Figura N° 34: Logotipo del Restaurant “La Sazón De Narcisa”



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Slogan

“El sabor que mereces en un solo lugar”

Misión

Ofrecer alimentos preparados con los más altos estándares de higiene y calidad, servidos en un ambiente acogedor, buscando siempre la satisfacción total de nuestra distinguida clientela.

Visión

Ser una cadena de restaurantes, líderes en innovación en la calidad y presentación, brindando a nuestros clientes un servicio excelente, desarrollando en nuestros colaboradores valores orientados a la satisfacción de nuestros clientes.

Valores corporativos

Excelencia.- Porque estamos comprometidos a ser los mejores brindando un servicio esmerado y de calidad, que satisfaga plenamente los requerimientos de nuestros clientes.

Respeto.- Respeto a las leyes, a nuestros clientes, a nuestros empleados, proveedores y competencia.

Ética.- Porque nuestra competencia será justa y el trato a nuestros clientes esmerado.

Responsabilidad.- Porque se cumplirán con las más estrictas normas de higiene y calidad evitando de esta manera el contagio de enfermedades.

Análisis FODA

Cuadro Nº 19: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación estratégica.• Conocimiento del negocio.• Trato profesional al cliente.• Personal capacitado.	<ul style="list-style-type: none">• Factibilidad de obtener Crédito bancario.• Aprovechamiento de las vías de acceso.• Mejoras de servicios a ofrecer.• Utilización de estrategias publicitarias.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Negocio nuevo.• Capital limitado para iniciar el negocio.• Capacidad de atención limitada.• Alta rotación de personal.	<ul style="list-style-type: none">• Eventuales inviernos fuertes.• Entradas de nuevos competidores.• Nuevos impuestos.• Plagas de roedores.

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Cuadro Nº 20: Matriz FOFA-DODA

<p>Aspectos Internos</p> <p>Aspectos Externos</p>	<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ubicación estratégica. - Conocimiento del negocio. - Trato profesional al cliente. - Personal capacitado. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Factibilidad de obtener Crédito bancario. - Aprovechamiento de las vías de acceso. - Mejoras de servicios a ofrecer. - Utilización de estrategias publicitarias.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negocio nuevo. - Capital limitado para iniciar el negocio. - Capacidad de atención imitada. - Alta rotación de personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar estrategia de marketing Mix para darse a conocer a la colectividad. - Capacitaciones del personal en atención al cliente para lograr la satisfacción de los mismos. - Fortalecer el compromiso del personal mediante el reconocimiento y aplicación de políticas administrativas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar nuevos servicios en medida de las necesidades de los clientes. - Crear un excelente clima laboral que evite la constante rotación del personal. - Aplicar publicidad directa o de boca a boca, mallas publicitarias, utilización de prensa escrita y radial.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eventuales inviernos fuertes. - Entradas de nuevos competidores. - Nuevos impuestos. - Plagas de roedores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Medidas de contingencias para la prevención de inundaciones. - Constante innovación en la presentación y calidad del servicio. - Contratación de empresas de control de plagas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar convenios de capacitación del personal en seminarios con las universidades o instituciones. - Puntual cumplimiento con las leyes, normas y obligaciones tributarias.

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Marketing Mix

Según Kotler (2008), marketing es:

“El proceso por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”. Su definición más conocida es. “El concepto de Marketing se trata de una orientación filosófica o sistema de pensamiento, de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar las metas de la organización reside en averiguar las necesidades y deseos del mercado objetivo (dirección análisis) y en adaptarse para ofrecer (dirección operativa) las satisfacciones deseadas por el mercado, de una manera, mejor y más eficientemente que la competencia”²⁰

Por lo tanto las empresas necesitan del marketing, para conocer su mercado objetivo y las necesidades que este presenta para satisfacerlo y mejorar a la competencia, siendo innovadores y aplicando técnicas por las cuales se seleccionas su actividad, definen precios, incrementan su plaza, y eligen los medios por los cuales se darán a conocer.

Por lo que se ha escogido el Marketing Mix ya que se compone de todas las estrategias que cumplen este esquema, lo que quiere decir que el marketing Mix está compuesto por el conjunto de las tácticas de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

²⁰KOTLER, Philip: *Fundamentos de Marketing*, 8va Ed. Pág. 25, Prentice Hall México, 2008.

Cuadro N° 21: Mezcla de Marketing
MEZCLA DE MARKETING (Marketing Mix)

Producto	Precio	Plaza	Promoción
Variedad del producto. Características. Nombre de la marca. Porción y presentación. Calidad.	Lista de precio. Descuentos (si existieren).	Canales de distribución. Distribución del lugar. Inventario. Cobertura.	Promoción y ventas. Publicidad. Mercadotecnia directa.

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Producto

Precisaremos el producto como todo aquello que puede brindarse para satisfacer una necesidad o un deseo. La importancia de los productos físicos no consiste tanto en su posesión sino en disfrutar los servicios que ofrecen.

De tal modo que definiendo el concepto de producto podemos identificarlo como una de las herramientas del marketing de categoría esencial, por lo que se debe seleccionar con sumo cuidado lo que se le ofrecerá al mercado objetivo, por lo que es obvio que lo que ofreceremos en nuestra empresa que es un restaurante temático de comidas típicas, cuya elaboración de alimentos se realizara aplicando estrictas normas de salubridad y preparación, tomando en cuenta siempre la calidad y el buen sabor.

Cuadro N° 22: Carta del Menú

Menú	Característica	Presentación
Seco de pato	Delicioso guisado de pato, preparado con especias y finas hierbas, y servido con arroz y platano maduro	
Seco de gallina	Delicioso guisado de gallina, preparado con especias y finas hierbas, y servido con arroz y platano maduro, y aguacate.	
Seco de chivo	Delicioso guisado de chivo, preparado con especias y finas hierbas, y servido con arroz y platano maduro.	
Cazuela	Guisado de paltano verde y pescado que se sirve en un recipiente de barro.	
Arroz con menestra y carne asada	Guiso de lentejas o porotos, que se acompaña con arroz, patacones y carne a la braza	
Arroz marinero	Este plato contiene, conchas, camarones, calamares y cangrejo, con variaciones de pulpo, almeja y camarón	
Sopa marinera	Consistente en un caldo alimenticio en el cual se han cocido toda clase de mariscos	
Orgía de mariscos	Festín de frituras de varios marisco, adornado con patacones, vegetales y salsa.	

<p>Encebollados</p>	<p>Es un estofado de pescado que contiene yuca y cebolla colorada encurtida, se sirve con pan o chifles de platano.</p>	
<p>Bollos</p>	<p>Masa esponjosa de verde embuelta en hoja de platano rellena de pescado y mani. Se sirve con limon y salsa de cebolla.</p>	
<p>Guatita</p>	<p>Plato a base de panza de vaca, papas, maní, cilantro, entre otros. Se sirve con arroz colorado y aguacate.</p>	
<p>Caldo de salchicha</p>	<p>Es un caldo que se elabora con sangre y manteca de cerdo, arroz, pimentón, sal y cebolla, así como alguna especia más al gusto. Se embute en tripa de cerdo y se sirve con verde cocido y limon.</p>	
<p>Seco de borrego</p>	<p>Guiso de carne de borrego, que se sirve con arroz, aguacate, platano maduro y algunos vegetales.</p>	
<p>Yaguarlocro</p>	<p>Caldo preparado con la menudencia del borrego, con mani y papas, se sirve con la sangre refrita y aliñada con especias y aguacate.</p>	
<p>Humitas</p>	<p>Pasta o masa de maíz levemente aliñada, envuelta y finalmente cocida o tostada en las propias hojas de una mazorca de maíz acompañada de un delicioso cafe</p>	
<p>Yapingacho</p>	<p>Delicioso plato preparado con tortilla de papa, mani, salsa, salsichas, huevo, y hojas de lechuga acompañada de un esquisito aguacate.</p>	

Fritada	Esquisita carne de cerdo debidamente condimentada se fríe en pailas y se acompañada con tortillas de papa o papas enteras hervidas, mote o choclo cocinado, cebollas y tomate en encurtido y plátano maduro frito.	
Maito de pescado	Pescado cocido al vapor envuelto en hoja de bijao o platanillo. Se sirve acompañado con yuca, plátano cocinado salsa de cebolla y tomate.	
Bacalao al ajillo	Plato elaborado con bacalao debidamente condimentado con finas hiervas vinagre y con la salsa al ajillo.	
Hornado	Carne de chancho debidamente condimentada expuesta al horno servida con mote salsa papas debidamente cocinadas acompañada de un delicioso aguacate	
Caldo de bolas	Sopa de gran valor alimenticio acompañada de una delicada masa de plátano verde rayado, mismas que tienen un relleno de carne cocida también se pone trozos de choclo y de yuca delicioso y muy nutritivo.	

Elaborado por: Alex Frias Sanjines y Germania Banchón Villao.

Precio

El precio es una de las herramientas del marketing más difíciles de definir ya que para establecerlo se deben tomar en cuenta muchos factores e involucrados, tal es el caso de los proveedores, las leyes y clientes y competencia, para lo cual es necesario definir las estrategias correctas que se llevaran a cabo en la definición de los precios.

Para este caso en particular se utilizara la estrategia de criterio de orientación del mercado basado en el método de fijación de precio de igualdad de competencia, lo que quiere decir que los precios serán similares a los de nuestra competencia, pero

con el valor agregado de la calidad del servicio y los alimentos que recibirán los clientes en nuestro restaurante.

Cuadro N° 23: Lista de precios

Menú	Presentación	Precio
Seco de pato		\$2.50
Seco de gallina		\$2.50
Seco de chivo		\$2.50
Cazuela		Sencilla \$2.00 Mixta \$3.50 Completa \$6.00
Arroz con menestra y carne asada		\$1.75
Arroz marinero		\$4.00
Sopa marinera		\$4.00

Orgía de mariscos		\$6.00
Encebollados		Sencillo \$1.50 Mixto \$2.50 Completo \$3.50
Bollos		\$2.50
Guatita		\$2.00
Caldo de salchicha		\$2.00
Seco de borrego		\$2.50
Yaguarlocro		\$2.00
Humitas		\$0.80

Yapingacho		\$2.50
Fritada		\$2.50
Maito de pescado		\$2.50
Bacalao al ajillo		\$3.00
Hornado		\$2.00
Caldo de bolas		\$2.00

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

Plaza

La plaza es la herramienta de marketing que conecta directamente al cliente con el producto o el servicio que se ofrece, por lo cual es de suma importancia establecer el lugar, la distribución de los espacios, de manera que el cliente se sienta cómoda y bien servida.

Cuidando que el proceso cumpla con todo los estándares de calidad desde el momento de producción del producto, su preparación y su consumo.

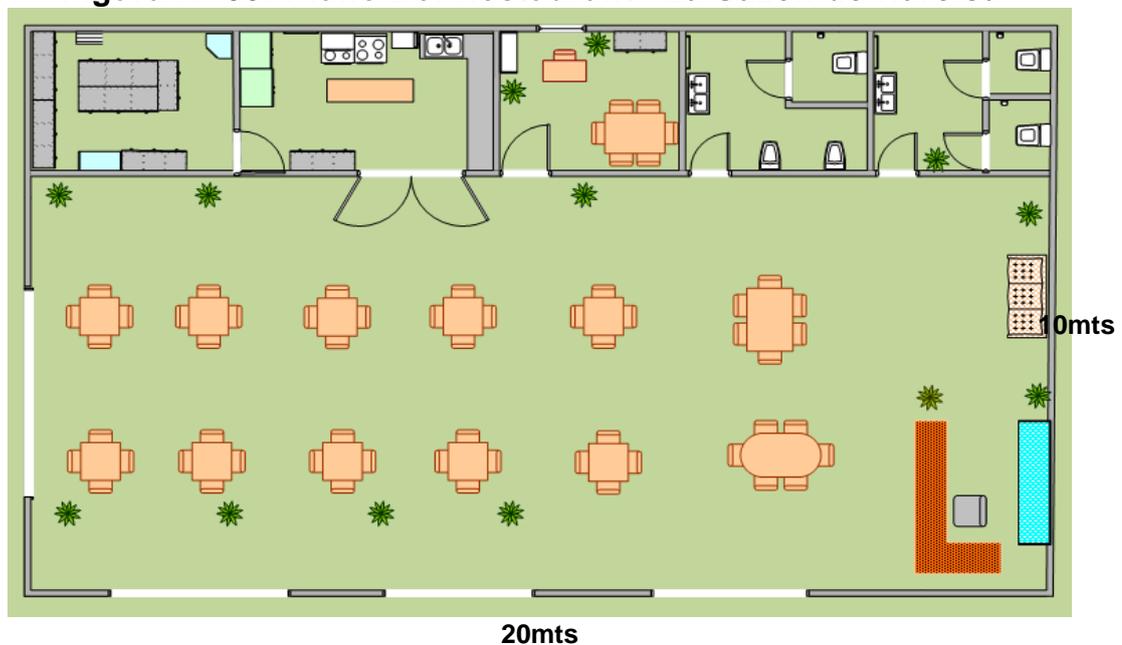
La distribución del espacio será la siguiente:

Se contara con una bodega de víveres, perecibles y no perecibles contando para ello con los medios de refrigeración necesarios para su correcta conservación.

Una cocina amplia y con todos los elementos necesarios para la elaboración de los alimentos, una oficina para el administrador donde se realizaran también reuniones con el personal para determinar los procesos y procedimientos a seguir en la empresa.

El espacio del comedor y el mostrador y los baños tanto para damas como para caballeros.

Figura N° 35: Plano Del Restaurant “La Sazón de Narcisca”



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Promoción

Es la herramienta del Marketing Mix que comprende una serie de acciones cuyo objetivo es: comunicar, inducir y recordar las particulares, ventajas y beneficios del producto.

En este caso se ha diseñado un logo y slogan para identificar nuestro restaurant y que servirán de referencia en todas las campañas publicitarias que se aplicaran en la prensa escrita de los sectores aledaños, las tarjetas de presentación de los colaboradores, pagina web, y rótulo de entrada.

Rótulo

Este será el cartel con que se anuncia el nombre del restaurant y su logo y slogan con el cual será identificado:

Figura N° 36: Rótulo del Restaurant



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación son una representación visual de la empresa con la información de contacto de la empresa o de un representante de ella.

Figura N° 37: Tarjeta de Presentación del Restaurant



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Página web

Se elaborará una página que presentará toda la información referente al restaurant, en distintos formatos (texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones), ya que será una página interactiva de fácil acceso, donde se brindará información de la forma de preparación de los platos, imágenes de las instalaciones del lugar, perfil del personal, videos de presentación y mapa de ubicación.

Figura Nº 38: Diseño De Página Web



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Análisis del color:

Naranja: El color naranja evoca los alimentos y sus aromas por lo que es apropiado para representar nuestro restaurant.

Amarillo: Es el color asociado con la felicidad y el estar bien, ayuda a tomar decisiones, estimula la inteligencia, por lo que se lo utiliza en esta herramienta del Marketing Mix; ya que los alimentos están asociados con la felicidad. Como dice el viejo y conocido refrán de las abuelitas “En barriga llena corazón contento”²¹

²¹ Autor Anónimo

Verde: El color verde tiene una fuerte afinidad con la naturaleza el cual crea un ambiente de confort y relajación. Es utilizado en este afiche publicitario por que representa a los vegetales ingredientes muy utilizados en nuestras recetas.

Rojo: El color rojo representa la confianza que vamos a ofrecer a nuestros clientes en nuestro restaurant el confort la higiene y la seguridad.

Gris: El color gris representa el equilibrio y la seriedad que como empresa brindaremos a nuestros clientes y a nuestros proveedores.

5.7.1 Actividades

- Realizar un análisis de mercado para determinar la necesidad de la propuesta.
- Analizar los resultados y definir la propuesta en base a los resultados obtenidos en la realización de la investigación de campo.
- Plantear la propuesta.
- Fundamentar la propuesta en base al marco teórico y conocimientos adquiridos en la investigación.
- Plantear el objetivo general de la propuesta.
- Describir los objetivos específicos que permitirán llegar al objetivo general de la propuesta.
- Realizar un análisis de factibilidad que permita establecer estrategias.
- Establecer la estructura organizacional de la microempresa.
- Desarrollar manual de funciones y proponer su aplicación
- Diseñar estrategias publicitarias.
- Realizar un análisis administrativo, económico, financiero, y de sensibilidad para determinar la viabilidad de la propuesta.

- Constitución de la Empresa.
- Gestión de financiamiento bancario.
- Preparación de las instalaciones.
- Adquisición de los implementos.
- Adecuación del local.
- Campañas publicitarias.
- Contratación del talento humano.
- Capacitación del talento humano.
- Evento de inauguración o lanzamiento.

5.7.2 Recursos y Análisis Financiero

Análisis económico y financiero

Análisis Económico

La estimación del proyecto se realiza sobre la base de una serie de antecedentes incontrolables por parte de las empresas, por lo que es necesario agregar mayores antecedentes que mejoren la perspectiva del proyecto y se cuente con los elementos apropiados para la toma de decisiones. A través del análisis de sensibilidad, se concibe el comportamiento de la rentabilidad del proyecto ante alteraciones de ciertos parámetros críticos; que en este proyecto se representan por la magnitud de ingresos por ventas.

Para este análisis se han tomado en cuenta factores como:

- Tiempo de vida económica a analizar será de 5 años.
- Tasa de impuestos será del 22% en el IR
- Los flujos de caja se realizarán en moneda nacional.
- Para la proyección de los ingresos por ventas se consideró que las ventas son canceladas al contado.

- El terreno no está expuesto a depreciación por lo que su valor en libros es igual al precio de compra.
- Los edificios, construcciones anexas y equipos sufren una depreciación normal según los márgenes legales.

Equipamiento

La inversión en equipos necesarios para la operación del restaurant la sazón de Narcisa, se refiere a todas las inversiones, en equipos para cocinas, comedores y otros. Estos se muestran en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 24: Inversión en Activos Fijos

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TERRENO			
Terreno	1	10.000,00	10.000,00
TOTAL TERRENO		10.000,00	10.000,00
EDIFICIO			
Edificio	1	20.000,00	20.000,00
TOTAL EDIFICIO		20.000,00	20.000,00
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	1	65,00	65,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA		65,00	65,00
EQUIPO DE COMPUTACION			
Computador	1	850,00	850,00
Caja registradora	1	420,00	420,00
TOTAL EQUIPO DE COMP.		420,00	1.270,00
MUEBLES Y ENSERES			
Juegos de comedor con 4 sillas	10	75,99	759,90
Extintor	2	21,50	43,00
Juego de comedor con 8 sillas	2	349,99	699,98
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		447,48	1.502,88
MAQUINARIAS Y EQUIPOS			
Olla arrocera de 25 litros	1	416,00	416,00
procesador de alimentos	1	320,00	320,00
asador industrial	1	850,00	850,00
Cocina de 5 quemadores + horno y dos pozos freidores	1	1.850,00	1.850,00
Congelador Vertical	1	2.400,00	2.400,00
auto servicio 6 bandejas	1	850,00	850,00
campana Extractor de olores	1	1.200,00	1.200,00
Tostadoras	2	50,00	100,00
Licudadora de 8 litros	1	480,00	480,00
TOTAL MAQUINARIAS Y EQUIPOS		8.416,00	8.466,00
UTENSILIOS DE COCINA			
Cucharetas (6piezas)	2	28,50	57,00
Envases de mayonesa	12	2,50	30,00
Cuchillos de cocina	2	2,50	5,00
Cuchillos de sierra	2	4,30	8,60
Juego de 6 ollas grandes	2	210,00	420,00
Juego de 6 Sartenes grandes	2	120,00	240,00
Juego de cernideras (3piezas)	2	5,00	10,00
TOTAL UTENSILIOS DE COCINA		372,80	770,60
TOTAL ACTIVOS FIJOS			42.074,48

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 25: Inversión del Proyecto

INVERSIÓN DEL PROYECTO	
TERRENO	10.000,00
EDIFICIO	20.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.502,88
EQUIPO DE OFICINA	65,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.270,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	8.466,00
UTENSILIOS DE COCINA	770,60
EFFECTIVO	5.000,00
TOTAL DE LA INVERSIÓN	47.074,48

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Como se menciona en el estudio técnico, se considera la compra de equipos y maquinarias, siendo necesario también la adquisición de todos los elementos necesarios para la puesta en marcha de este proyecto un total de \$47.074.48. Donde se financiara por medio del Banco Nacional de Fomento hasta un 40% del total de la inversión, luego de haber cumplido con todos los requisitos y trámites legales para tal efecto.

Cuadro N° 26: Distribución de las Aportaciones

FINANCIACIÓN DEL PROYECTO		
INVERSIÓN TOTAL		47.074,48
Financiado	40%	18.829,79
Aporte Propio	60%	28.244,69
	100%	47.074,48

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Análisis financiero

EL objeto principal del análisis financiero es establecer si se justifica o no, la ejecución de esta propuesta, es decir, la viabilidad económica del proyecto. El actual estudio considera como criterios de medición el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Las variaciones están determinadas en base a la fluctuación en los costos de la materia prima, número de unidades a vender, otros gastos y la remuneración que se incrementa anualmente, es así como se ha establecido el crecimiento anual de ingresos y gastos para el análisis de este proyecto.

Cuadro N° 27: Variaciones

VARIACION PVP	3%
VARIACION UNID. VENDER	5%
VARIACION OTROS GASTOS	5%
VARIACION REMUNERACIÓN	10%

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Los Costos Fijos consideran remuneraciones fijas del personal administrativo, gastos generales en donde se proyectan gastos de suministros de oficina, suministros de limpieza, gastos de operación, gastos de depreciación y otros gastos y gastos de ventas.

Cuadro N° 28: Detalle de Gastos Proyectado

DETALLE DE GASTOS PROYECTADOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Administrador	10.779,40	11.828,14	12.981,75	14.250,73	15.646,60
1	Capitán de Meseros	7.783,00	7.783,00	8.532,10	9.356,11	10.262,52
1	Cocinero	7.783,00	8.532,10	9.356,11	9.356,11	10.262,52
2	Cocinero	7.783,00	8.532,10	9.356,11	9.356,11	10.262,52
2	Mesero 1	5.056,28	5.532,70	6.056,77	6.056,77	6.633,25
4	Mesero 2	5.056,28	5.532,70	6.056,77	6.056,77	6.633,25
2	Ayudante de cocina 1	5.056,28	5.532,70	6.056,77	6.056,77	6.633,25
	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	49.297,23	53.273,45	61.695,73	60.489,38	66.333,92

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 29: Gastos Generales Proyectados

GASTOS GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUMINISTROS					
CAJAS DE GRAPAS	3,60	3,78	3,97	4,17	4,38
CARTUCHOS PARA LA IMPRESORA	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
GRAPADORAS	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29
PERFORADORAS	4,50	4,73	4,96	5,21	5,47
PLUMAS	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	-	-	-	-	-
COLORO	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
DESINFECTANTE	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
DETERGENTE	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
ESCOBAS	84,00	88,20	92,61	97,24	102,10
ESPONJAS	84,00	88,20	92,61	97,24	102,10
FRANELAS	24,00	25,20	26,46	27,78	29,17
JABON PARA UTENSILIOS DE COCINA	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
RECOGEDOR DE BASURA	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65
TRAPEADORES	36,00	37,80	39,69	41,67	43,76
GASTOS DE OPERACION	-	-	-	-	-
GAS	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
GASTOS MUNICIPALES (ANUALES)	150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
SERVICIOS BASICOS	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
OTROS GASTOS	-	-	-	-	-
CARTA DE MENU	50,00	52,50	55,13	57,88	60,78
MANTELES	40,00	42,00	44,10	46,31	48,62
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	150,29	150,29	150,29	150,29	150,29
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	419,10	419,10	419,10	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	6,50	6,50	6,50	6,50	6,50
DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	846,60	846,60	846,60	846,60	846,60
DEP. UTENSILIOS DE COCINA	77,06	77,06	77,06	77,06	77,06
TOTAL GASTOS GENERALES	5.788,65	6.003,10	6.228,28	6.045,62	6.293,88

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 30: Gastos de Ventas Proyectado

GASTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
DOMINIO DE PAG. WED	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
TRIPTICOS	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
TARJETAS DE PRESENTACION	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
CARTELES PUBLICITARIOS	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
HOJAS VOLANTES	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
TOTAL GASTOS DE VENTAS	6.920,00	7.266,00	7.629,30	8.010,77	8.411,30

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

En los costos variables únicamente se analizarán los costos de venta o los gastos que incurren directamente en la preparación de cada plato. Por lo que se ha determinado el costo por cada porción y el número de platos a preparar.

Cuadro N° 31: Costo de Ventas Proyectado

COSTO DE VENTAS PROYECTADO							
UND	DETALLE	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
320	Costo de seco de pato	1,57	6.028,80	6.330,24	6.646,75	6.979,09	7.328,04
320	Costo de seco de gallina	1,37	5.249,83	5.512,32	5.787,94	6.077,33	6.381,20
320	Costo de cazuela	0,99	3.818,06	4.008,96	4.209,41	4.419,88	4.640,87
320	Costo de cazuela Mixta	1,34	5.162,06	5.420,16	5.691,17	5.975,73	6.274,51
180	Costo de cazuela completa	2,78	6.014,06	6.314,76	6.630,50	6.962,02	7.310,12
180	Arroz con menestra y carne asada	1,06	2.289,60	2.404,08	2.524,28	2.650,50	2.783,02
320	Costo de arroz marinero	2,60	9.984,00	10.483,20	11.007,36	11.557,73	12.135,61
200	Costo de sopa marinera	2,71	6.504,00	6.829,20	7.170,66	7.529,19	7.905,65
240	Costo de orgia de mariscos	3,10	8.928,00	9.374,40	9.843,12	10.335,28	10.852,04
200	Costos de Yapingacho	0,92	2.208,00	2.318,40	2.434,32	2.556,04	2.683,84
320	Costo de fritada	1,37	5.260,80	5.523,84	5.800,03	6.090,03	6.394,54
120	Costo de bacalao al ajillo	2,14	3.081,60	3.235,68	3.397,46	3.567,34	3.745,70
320	Costo del Hornado	1,09	4.185,60	4.394,88	4.614,62	4.845,36	5.087,62
150	Costo del caldo de bolas	1,29	2.322,00	2.438,10	2.560,01	2.688,01	2.822,41
200	Costo de encebollado	0,89	2.136,00	2.242,80	2.354,94	2.472,69	2.596,32
180	Costo de Bollos	1,03	3.955,20	4.152,96	4.360,61	4.578,64	4.807,57
320	Costo de guatita	0,98	3.763,20	3.951,36	4.148,93	4.356,37	4.574,19
420	Costo de caldo de salchicha	0,70	2.688,00	2.822,40	2.963,52	3.111,70	3.267,28
300	Costo de seco de borrego	1,12	2.419,20	2.540,16	2.667,17	2.800,53	2.940,55
320	Costo de yaquarlocro	0,87	1.879,20	1.973,16	2.071,82	2.175,41	2.284,18
320	Costo de humitas	0,58	2.227,20	2.338,56	2.455,49	2.578,26	2.707,18
300	CONTENEDORES	27,00	324,00	340,20	357,21	375,07	393,82
50	FUNDAS BIODEGRADABLE	5,00	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
1000	SERVILLETAS	0,50	6,00	6,30	6,62	6,95	7,29
4	COMBUSTIBLE	30,00	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
200	VASOS	5,60	261,60	274,68	288,41	302,83	317,98
800	SORBETES	1,60	19,20	20,16	21,17	22,23	23,34
TOTAL			92.196,00	96.805,80	101.646,09	106.728,39	112.064,81

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Las ventas se ha estimado que se realizarán al contado y el número de las mismas se promediaron en base a las ventas de la competencia.

Cuadro N° 32: Presupuesto de Ingresos Proyectado

PRESUPUESTO DE INGRESO PROYECTADO															
INGRESOS POR VENTA	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	PRECIO	UNIDADES	VALOR												
SECO DE PATO	2,50	3840	9.600,00	2,58	4032	10.382,40	2,65	4234	11.228,57	2,73	4445	12.143,69	2,81	4668	13.133,40
SECO DE GALLINA	2,50	3840	9.600,00	2,58	4032	10.382,40	2,65	4234	11.228,57	2,73	4445	12.143,69	2,81	4668	13.133,40
SECO DE BORREGO	2,50	3840	9.600,00	2,58	4032	10.382,40	2,65	4234	11.228,57	2,73	4445	12.143,69	2,81	4668	13.133,40
CAZUELA	2,50	3840	9.600,00	2,58	4032	10.382,40	2,65	4234	11.228,57	2,73	4445	12.143,69	2,81	4668	13.133,40
CAZUELA MIXTA	3,50	2160	7.560,00	3,61	2268	8.176,14	3,71	2381	8.842,50	3,82	2500	9.563,16	3,94	2625	10.342,56
CAZUELA COMPLETA	6,00	2160	12.960,00	6,18	2268	14.016,24	6,37	2381	15.158,56	6,56	2500	16.393,99	6,75	2625	17.730,10
ARROZ CON MENESTRA Y CARNE	1,75	3840	6.720,00	1,80	4032	7.267,68	1,86	4234	7.860,00	1,91	4445	8.500,59	1,97	4668	9.193,38
ARROZ MARINERO	4,00	2400	9.600,00	4,12	2520	10.382,40	4,24	2646	11.228,57	4,37	2778	12.143,69	4,50	2917	13.133,40
SOPA MARINERA	4,00	2880	11.520,00	4,12	3024	12.458,88	4,24	3175	13.474,28	4,37	3334	14.572,43	4,50	3501	15.760,09
ORGIA DE MARISCOS	6,00	2400	14.400,00	6,18	2520	15.573,60	6,37	2646	16.842,85	6,56	2778	18.215,54	6,75	2917	19.700,11
YAPINGACHOS	2,50	3840	9.600,00	2,58	4032	10.382,40	2,65	4234	11.228,57	2,73	4445	12.143,69	2,81	4668	13.133,40
FRITADA	2,50	1440	3.600,00	2,58	1512	3.893,40	2,65	1588	4.210,71	2,73	1667	4.553,89	2,81	1750	4.925,03
BACALAO AL AJILLO	2,50	3840	9.600,00	2,58	4032	10.382,40	2,65	4234	11.228,57	2,73	4445	12.143,69	2,81	4668	13.133,40
HORNADO	2,50	1800	4.500,00	2,58	1890	4.866,75	2,65	1985	5.263,39	2,73	2084	5.692,36	2,81	2188	6.156,28
FRITADA	2,50	2400	6.000,00	2,58	2520	6.489,00	2,65	2646	7.017,85	2,73	2778	7.589,81	2,81	2917	8.208,38
CALDO DE BOLAS	2,00	2160	4.320,00	2,06	2268	4.672,08	2,12	2381	5.052,85	2,19	2500	5.464,66	2,25	2625	5.910,03
ENCEBOLLADO	1,75	3840	6.720,00	1,80	4032	7.267,68	1,86	4234	7.860,00	1,91	4445	8.500,59	1,97	4668	9.193,38
BOLLOS	2,50	5040	12.600,00	2,58	5292	13.626,90	2,65	5557	14.737,49	2,73	5834	15.938,60	2,81	6126	17.237,59
GUATITA	2,00	3600	7.200,00	2,06	3780	7.786,80	2,12	3969	8.421,42	2,19	4167	9.107,77	2,25	4376	9.850,05
CALDO DE SALCHICHA	2,00	3840	7.680,00	2,06	4032	8.305,92	2,12	4234	8.982,85	2,19	4445	9.714,95	2,25	4668	10.506,72
YAGUARLOCRO	2,00	3840	7.680,00	2,06	4032	8.305,92	2,12	4234	8.982,85	2,19	4445	9.714,95	2,25	4668	10.506,72
HUMITAS	0,75	6000	4.500,00	0,77	6300	4.866,75	0,80	6615	5.263,39	0,82	6946	5.692,36	0,84	7293	6.156,28
TOTAL DE INGRESOS			185.160,00			200.250,54			216.570,96			234.221,49			253.310,54

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Como se mencionó anteriormente, el financiamiento se realizará por medio del Banco Nacional de Fomento (BNF), a una tasa de interés activa del 10%, el margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,0 puntos sobre la tasa activa efectiva referencial productivo pymes del Banco Central del Ecuador vigente en la semana de reajuste, la tasa resultante no será mayor a la tasa efectiva máxima productivo pymes.

Requisitos de financiamiento para Persona Natural

Requisitos Básicos

Copia legible y no deteriorada de la Cédula de Ciudadanía vigente del solicitante y Cónyuge (si es casado).

Copia (B/N o a Color) legible y no deteriorada del certificado de votación del solicitante y cónyuge (si es casado) del último proceso electoral.

Copia legible del Registro Único de Contribuyentes RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano RISE del Solicitante

Comprobante de pago de agua, luz, o teléfono o un documento que permita la verificación domicilio con una validez de tres meses del solicitante.

Original de Pro forma o cotizaciones verificables de casas comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo. (Obligatorio cuando se adquisición de Activos Fijos e Inventario). En el caso de obras de infraestructura deberá presentarse el presupuesto de construcción.

Para créditos superiores a USD\$3.000: Copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del lugar de la inversión o certificado actualizado de posesión o del trámite de adjudicación conferido por el Organismo Competente.

"Original de Plan de Inversión o Proyecto de Factibilidad de acuerdo al monto solicitado. El Plan de Inversión únicamente debe presentarse para operaciones de \$20.000 hasta \$100.000 y para operaciones mayores a \$100.000 Proyecto de Factibilidad".

Documentos para justificar bienes y/o ingresos

Original del Certificado Laboral o el último rol de pagos del solicitante (no mayor a 30 días desde la emisión)/Debe registrar firma y sello de la Empresa en caso de dependencia Laboral.

Copia legible de la Carta o recibo de pago del Impuesto Predial o de las escrituras de los bienes del solicitante.

Copia legible de Matrícula de vehículos o Contrato de Compra Venta notariado del solicitante.

Copia legible de la Matrícula de la embarcación para pesca, emitida por la Capitanía del Puerto u Organismo Competente.

Documentos Adicionales

Copia de los Estados Financieros (Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias) del solicitante del último ejercicio económico, presentados al órgano de control o Estado de Situación Personal actualizado.

Copia legible de la última Declaración del Impuesto a la Renta del Solicitante.

Copia legible de la última Declaración del IVA del Solicitante.

Copia legible del documento de separación de bienes o disolución conyugal del solicitante inscrita en el Registro Civil.

Original del Certificado de no adeudar o estar al día en los pagos (En otras Instituciones del Sistema Financiero) del solicitante, para el caso de registrar deudas vencidas en buró de crédito.

Original de Calificación como Artesanos emitido por entidad reguladora correspondiente.

Copia legible de Certificado actualizado de Vacunación contra la Fiebre Aftosa/Solo para ganado bobino existente declarado como activo en el Estado Financiero del solicitante.

Original del Certificado del Registro de Marca emitido por el CONEFA.

Documento donde conste el aval del proyecto por parte de los Ministerios de acuerdo al ámbito de competencia.

Procedimiento:

Acercarse al Dpto. de Crédito con todos los requisitos y llenar el formulario de solicitud de crédito.

El profesional de crédito se contactará con el cliente para realizar una visita física al negocio.

Una vez que el BNF haya realizado el estudio respectivo, el profesional de crédito presentará el informe para conocimiento del Comité de Crédito.

Acercarse al BNF en la fecha indicada

Firmar la documentación solicitada como: pagaré, comprobante de contabilización, etc.

Si se presentó factura pro forma para la compra del bien el cheque saldrá a nombre del beneficiario de la factura pro forma, caso contrario si el crédito es para capital de trabajo se lo hará por medio de depósito a la cuenta del cliente.

Cuadro N° 33: Tabla de Amortización (Anual)

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				18.829,79
1	3.765,96	1.710,37	5.476,33	15.063,83
2	3.765,96	1.333,78	5.099,74	11.297,88
3	3.765,96	957,18	4.723,14	7.531,92
4	3.765,96	580,59	4.346,54	3.765,96
5	3.765,96	203,99	3.969,95	-
	18.829,79	4.785,91	23.615,70	

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 34: Tabla de Amortización (Mensual)

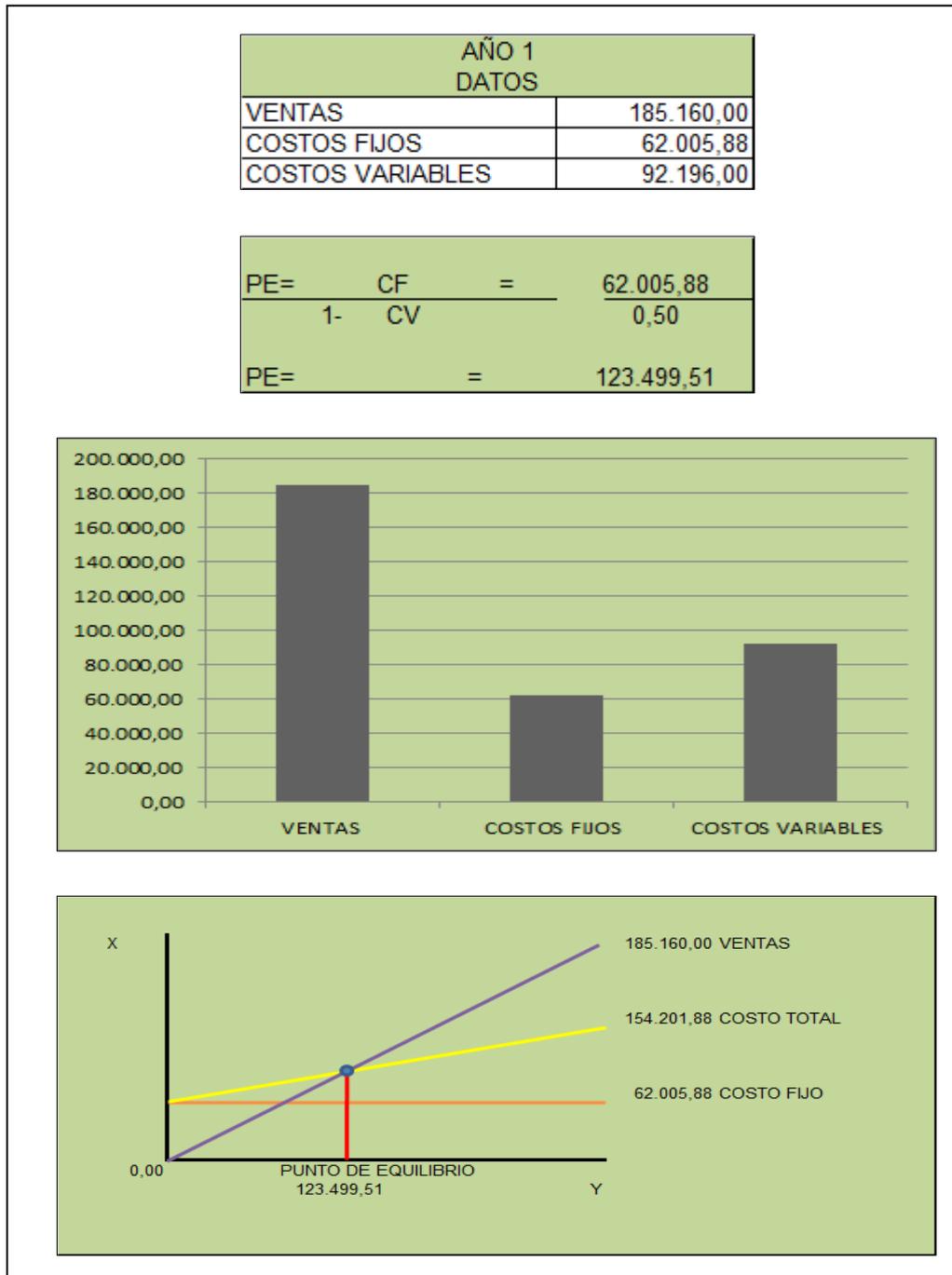
FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				18.829,79
1	313,83	156,91	470,74	18.515,96
2	313,83	154,30	468,13	18.202,13
3	313,83	151,68	465,51	17.888,30
4	313,83	149,07	462,90	17.574,47
5	313,83	146,45	460,28	17.260,64
6	313,83	143,84	457,67	16.946,81
7	313,83	141,22	455,05	16.632,98
8	313,83	138,61	452,44	16.319,15
9	313,83	135,99	449,82	16.005,32
10	313,83	133,38	447,21	15.691,49
11	313,83	130,76	444,59	15.377,66
12	313,83	128,15	441,98	15.063,83

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero lo que quiere decir que en este punto entre las ventas y los costos, la empresa no gana ni pierde.

Cuadro N° 35: Punto de Equilibrio Año 1



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 36: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS	185.160,00	200.250,54	216.570,96	234.221,49	253.310,54
(-)	COSTO DE VENTAS	92.196,00	96.805,80	101.646,09	106.728,39	112.064,81
	UTILIDAD BRUTA	92.964,00	103.444,74	114.924,87	127.493,10	141.245,73
	COSTOS INDIRECTOS					
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	49.297,23	53.273,45	61.695,73	60.489,38	66.333,92
	GASTOS GENERALES	5.788,65	6.003,10	6.228,28	6.045,62	6.293,88
	GASTOS DE VENTAS	6.920,00	7.266,00	7.629,30	8.010,77	8.411,30
	COSTOS INDIRECTOS	62.005,88	66.542,55	75.553,31	74.545,76	81.039,10
	UTILIDAD OPERACIONAL	30.958,12	36.902,19	39.371,56	52.947,33	60.206,63
(-)	GASTOS FINANCIEROS	1.710,37	1.333,78	957,18	580,59	203,99
	UTILIDAD ANTES PART. IMP	29.247,75	35.568,41	38.414,38	52.366,75	60.002,64
	15% PARTICIPACION EMPLEADOS	4.387,16	5.335,26	5.762,16	7.855,01	9.000,40
	UTILIDAD ANTES DE IMPTO	24.860,59	30.233,15	32.652,22	44.511,74	51.002,25
	22% IMPUESTO RENTA	5.469,33	6.651,29	7.183,49	9.792,58	11.220,49
	UTILIDAD NETA	19.391,26	23.581,86	25.468,73	34.719,15	39.781,75

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 37: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS	-	185.160,00	200.250,54	216.570,96	234.221,49	253.310,54
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		185.160,00	200.250,54	216.570,96	234.221,49	253.310,54
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSION INICIAL	47.074,48	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	49.297,23	53.273,45	61.695,73	60.489,38	66.333,92
GASTO DE VENTAS (PUBLICIDAD)	-	6.920,00	7.266,00	7.629,30	8.010,77	8.411,30
GASTOS GENERALES	-	4.289,10	4.503,56	4.728,73	4.965,17	5.213,43
COSTO DE VENTA		92.196,00	96.805,80	101.646,09	106.728,39	112.064,81
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	4.387,16	5.335,26	5.762,16	7.855,01
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	5.469,33	6.651,29	7.183,49	9.792,58
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS						8.554,10
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA						10.664,11
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	47.074,48	152.702,33	171.705,30	187.686,41	193.139,35	209.671,06
FLUJO OPERATIVO	-47.074,48	32.457,67	28.545,24	28.884,55	41.082,14	43.639,48
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	18.829,79	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	18.829,79	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO DE CAPITAL	-	3.765,96	3.765,96	3.765,96	3.765,96	3.765,96
PAGO DE INTERESES	-	1.710,37	1.333,78	957,18	580,59	203,99
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	5.476,33	5.099,74	4.723,14	4.346,54	3.969,95
FLUJO NETO NO OPERATIVO	18.829,79	-5.476,33	-5.099,74	-4.723,14	-4.346,54	-3.969,95
FLUJO DE CAJA NETO	-28.244,69	26.981,34	23.445,51	24.161,41	36.735,59	39.669,54
saldo inicial		5.000,00				
FLUJO ACUMULADO	-28.244,69	31.981,34	55.426,85	79.588,26	116.323,85	155.993,39

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Cuadro N° 38: Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
EFFECTIVO	1.981,34	25.426,85	49.588,26	86.323,85	125.993,39
INVERSIÓN A C/P	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	31.981,34	55.426,85	79.588,26	116.323,85	155.993,39
ACTIVOS FIJOS	42.074,48	42.074,48	42.074,48	42.074,48	42.074,48
DEPRECIAC. ACUMULADA	1.499,55	2.999,10	4.498,64	5.579,09	6.659,54
TOTAL DE ACTIVO FIJO	40.574,93	39.075,38	37.575,84	36.495,39	35.414,94
TOTAL DE ACTIVOS	72.556,27	94.502,23	117.164,09	152.819,24	191.408,33
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	15.063,83	11.297,88	7.531,92	3.765,96	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	4.387,16	5.335,26	5.762,16	7.855,01	9.000,40
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	5.469,33	6.651,29	7.183,49	9.792,58	11.220,49
TOTAL PASIVO	24.920,33	23.284,43	20.477,56	21.413,55	20.220,89
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	28.244,69	28.244,69	28.244,69	28.244,69	28.244,69
UTILIDAD DEL EJERCICIO	19.391,26	23.581,86	25.468,73	34.719,15	39.781,75
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	19.391,26	42.973,11	68.441,85	103.161,00
TOTAL PATRIMONIO	47.635,95	71.217,80	96.686,53	131.405,69	171.187,44
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	72.556,27	94.502,23	117.164,09	152.819,24	191.408,33

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

Análisis de Sensibilidad

El VAN es la suma algebraica de los saldos del flujo de caja de un proyecto descontado a una tasa de actualización. Desde el punto de vista del análisis financiero es el valor actual de la corriente de ingresos que percibe la empresa.

El TIR Es la tasa de descuento que vuelve 0 el valor actual neto de la inversión. A diferencia del VAN la tasa “r” es desconocida.

La tasa de rentabilidad interna es la tasa máxima de interés que podría pagar un proyecto por los recursos utilizados para la recuperación de la inversión, los gastos

de operación y que tengan entradas y gastos iguales. Esta viene a ser la tasa de ganancia del proyecto.

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función a una tasa de rendimiento, igual para todos los períodos, según lo que los flujos netos actualizados son iguales a la inversión inicial, es decir, la TIR es la tasa a la cual el VAN es igual a cero. Si esta tasa es superior a la tasa de descuento utilizada en el proyecto, éste debe aceptarse. La TIR del proyecto es igual a 63%.

Cuadro N° 39: Análisis de Sensibilidad

FLUJO OPERATIVO						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-47.074,48	32.457,67	28.545,24	28.884,55	41.082,14	43.639,48

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	20,87%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	174.609,09
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	47.074,48
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	74%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		98.913,91	
VAN	POSITIVO	51.839,43	31.196,64
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,91	
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	90,81	
TASA INTERNA DE RETORNO		63%	47%

RAZONES	
UTILIDAD OPERATIVA	30.958,12
GASTOS FINANCIEROS	4.785,91
INVERSION INICIAL	47.074,48
UTILIDAD NETA	137.444,95
VALOR DEL CREDITO	18.829,79
VENTAS	1.089.513,53
COSTO DE VENTA	869.127,70
TOTAL DEL ACTIVO	35.414,94

COBERTURA FINANCIERA	MAYOR A 1	6,47
INDICE INVERSION TOTAL	MAYOR A 1	0,66
MONTO DE CREDITO	MAYOR A 1	7,30
MONTO DE INVERSION	MAYOR A 1	2,92
MARGEN NETO DE UTILIDAD (UTILIDAD VENTA)	MAYOR A 1%	13%
MARGEN BRUTO DE UTILIDADES	MAYOR A 1	1,25

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

El análisis de sensibilidad muestra que la rentabilidad del proyecto depende principalmente del consumo promedio por persona, si el VAN es igual a cero o mayor el proyecto sigue siendo viable. Cabe destacar que se realizó una sensibilización de flujo de caja respecto a dos escenarios: Escenario pesimista, que consideró una caída de los ingresos en un 25%, arrojando un VAN de \$31.196,64 y un TIR de 47%. Y el escenario optimista, para el cual se estimó un crecimiento en un 3% de los ingresos esperados, entregó un VAN de \$51.839,43 y un TIR de 63%. De acuerdo a lo anterior se concluye que el proyecto es viable económica y financieramente.

ESTRUCTURA DE LIQUIDEZ:

CAPITAL DE TRABAJO =	AC - PC		
CAPITAL DE TRABAJO =	32.457,67	-15.063,83	17.393,84
CAPITAL DE TRABAJO =	\$ 17.393,84		

El Capital de Trabajo es la diferencia entre el Activo Corriente y el Pasivo Corriente, es decir, el dinero que le quedaría a la empresa para sus operaciones después de cubrir sus deudas es de \$17.393.84. La comparación de esta liquidez o disponible excedente debe ser relacionado con el total de activos, con la intencionalidad de permanente monitoreo para saber si los niveles de liquidez aumentaron o disminuyeron, y si están en niveles adecuados de aceptación con relación a la actividad de la empresa. El resultado es medido en porcentaje.

INDICE DE LIQUIDEZ =	$\frac{AC}{PC}$
INDICE DE LIQUIDEZ =	$\frac{32.457,67}{15.063,83}$
INDICE DE LIQUIDEZ =	2,15

Es una medida de liquidez de corto plazo. El activo corriente incluye básicamente las cuentas caja, bancos, cuentas y documentos por cobrar además de inventarios. Su resultado es medido en veces. Muestra cuantas veces estarían cubiertas las deudas de corto plazo por el activo corriente. También podemos analizar cuán grande es el activo corriente con respecto al pasivo corriente. Por lo que podemos notar que en este caso estamos cubriendo el endeudamiento 2.15 veces.

$$\text{PRUEBA DE ACIDO} = \frac{\text{ACTIVOS CIRCULANTE} - \text{INVENTARIO}}{\text{PC}}$$

$$\text{PRUEBA DE ACIDO} = \frac{32.457,67}{15.063,83} \quad 0,00 \quad 32.457,67$$

$$\text{PRUEBA DE ACIDO} = 2,15$$

En este caso, también podemos notar que la prueba acida sería igual al índice de liquidez, ya que se ha planteado un escenario optimista donde todo lo que se producirá se venderá.

ESTRUCTURA DE ACTIVIDAD:

$$\text{ROTACION DE INVENTARIO} = \frac{\text{INVENTARIOS}}{\text{COSTO DE VTA}}$$

$$\text{ROTACION DE INVENTARIO} = \frac{0,00}{869.127,70} \quad 360$$

$$\text{ROTACION DE INVENTARIO} = 0,00 \text{ DIAS}$$

ESTRUCTURA DE ENDEUDAMIENTO:

$$\text{ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO} = \frac{\text{PC}}{\text{ACTIVOS}} \times 100$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO} = \frac{15.063,83}{72.556,27} \times 100$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO} = 20,76 \%$$

Esta razón mide el porcentaje de los activos financiados por los proveedores y acreedores financieros bancarios. De liquidarse las deudas nos quedarían la diferencia para los que tienen derecho sobre el patrimonio. Puede interpretarse cuál sería el porcentaje que pertenece a acreedores por cada unidad monetaria en activos de la empresa. En este caso nuestro endeudamiento a corto plazo es del 20.76% sobre los activos y el 65.65% sobre el patrimonio.

$$\text{ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO} = \frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{ACTIVOS}} \times 100$$

$$\text{ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO} = \frac{47.635,95}{72.556,27} \times 100$$

65,65 %

ESTRUCTURA DE RENTABILIDAD:

$$\text{ROA} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS}}$$

$$\text{ROA} = \frac{19.391,26}{72.556,27}$$

$$\text{ROA} = 26,73\%$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$$

$$\text{ROE} = \frac{19.391,26}{47.635,95}$$

$$\text{ROE} = 40,71\%$$

$$\text{Sistema Dupont} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

$$0,104727042 \times 2,55195027$$

26,73%

Nos sirve para medir la efectividad de la administración de los activos de la empresa y su capacidad para generar utilidades, esto se mide de manera porcentual o en unidades monetarias. Lo que quiere decir que para esta empresa los resultados son favorables ya que la utilidad sobre los activos representan un 26.73% y la utilidad sobre el patrimonio representa un 40.71% y según el análisis Dupont, la rentabilidad está representada en un 26.73%.

5.7.3 Impacto

Administrativo

Este proyecto ocasionara un impacto administrativo debido a que los resultados del análisis de sensibilidad determino que es un proyecto que generara rentabilidad para los inversionistas.

Talento humano

El impacto que este proyecto generará en las personas que colaboraran interna y externamente con él, ya que con el cumplimiento de las leyes y normas gubernamentales se generara estabilidad laboral.

Social

Este proyecto ocasionará un impacto social muy favorable debido a que activará la economía de este tramo de la carretera, beneficiando ampliamente a los pobladores, abriendo fuentes de trabajo y motivándolos al emprendimiento de otros restaurantes, ya que aportará al turismo del sector atrayendo a los clientes potenciales que circulan diariamente por esta vía.

Municipal

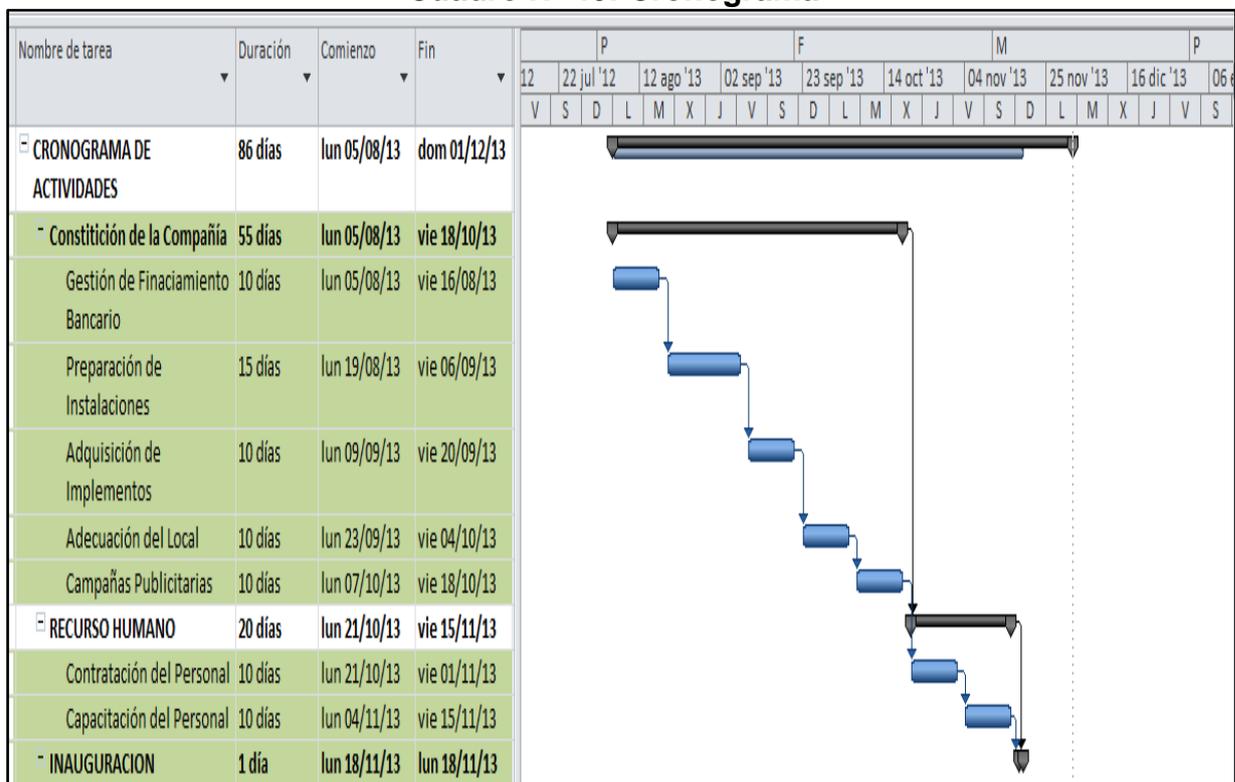
El impacto que se ocasiona al G.A.D. de Yaguachi será la generación de impuestos municipales que la empresa debe cumplir ya que al pagar las tasas municipales de patentes y permisos de funcionamiento.

Tributario

El impacto que genera al S.R.I al igual que en el municipio y al determinar que este proyecto es sumamente rentable, lo que generará impuestos, que deben ser cancelados a esta entidad gubernamental.

5.7.4 Cronograma

Cuadro N° 40: Cronograma



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

- Constante control en la elaboración de los platos que se preparan para su expendio. Cumpliendo con estrictas normas de higiene y calidad.
- Control de desinfección de los utensilios donde se sirven y preparan los alimentos.
- Ajustar la carta de acuerdo a las preferencias del mercado, para lo cual se utilizará un buzón de sugerencias.
- Cumplir con todas las normas legales de seguridad para asegurar el bienestar de los colaboradores y clientes.
- Constante modernización del área técnica para ajustarse al crecimiento del mercado y los cambios de la tecnología.
- Velar por que la atención al cliente sea esmerada, culta y agradable por parte del personal.
- Monitorear el cumplimiento del presupuesto de ventas para asegurar los ingresos proyectados.
- Validar la calidad y costos de la materia prima e insumos.

CONCLUSIONES

- Se estimó un crecimiento en un 3% de los ingresos esperados, entregó un VAN de \$ 51.839,43 y una TIR de 63%.De acuerdo a lo anterior se concluye que el proyecto es viable económica y financieramente.
- El Recinto El Deseo carece de restaurantes que ofrezcan confort y calidad tanto a personas que habitan en esta zona y los que circulan a diario por esta vía.
- Existe restaurantes pequeños de comidas que no cuentan con suficiente espacio, ni personal capacitado en cuanto a técnicas y/o normas de preparación de alimentos y meseros que den una buena atención al cliente.
- Los restaurantes del sector tienen un bajo nivel competitivo lo que provoca un estancamiento del crecimiento económico del Recinto.
- Existe mano de obra no calificada, lo cual limita la producción de servicios y provoca que los platos no estén de acuerdo a los estándares de calidad.
- La mala calidad en la atención genera una pérdida de clientes y por tanto existe insatisfacción en los mismos.
- Las instalaciones de estos locales no son las más adecuadas y por ende, no cubren las necesidades de los usuarios respecto a la comodidad.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implementación de un restaurante que oferte comidas típicas en el Recinto el Deseo además de brindar las condiciones adecuadas de asepsia, calidad en la atención.
- Convendría que el restaurante de comidas típicas sea implementado en un ambiente rústico o campestre.
- Se tendrá que integrar todos los servicios que debe poseer un restaurante de comidas, alcanzando en una mayor medida la satisfacción de las personas y ampliando su perspectiva.
- Hay que considerar que los gustos en cuanto a platos típicos son muy variados, demanda que no ha sido satisfecha y que se piensa cubrir manteniendo una amplia gama de productos.
- Los lugareños y visitantes requieren de una atención adecuada preponderando ante todo la cortesía y educación al igual que la imagen o presentación del personal.

BIBLIOGRAFÍA

- ✚ ALVARADO GARCÍA, Sandra Marruth; FERNÁNDEZ CEVALLOS, Diana María; SÁNCHEZ LOOR, Daniel Alejandro; VALDIVIEZO VALENZUELA, Ing. Patricia: “Implementación de un Restaurante Temático con Orientación Familiar en la Ciudad de Guayaquil” 2011
- ✚ Borrego, D. (08 de Agosto de 2009). www.herramientasparapymes.com. Recuperado el 18 de Agosto de 2012, de <http://www.herramientasparapymes.com/que-son-las-4p>
- ✚ Borrero, J. C. (2004). Marketing Estratégico, Pág. 273. . Editorial San Marcos.
- ✚ Consumidor, L. O. (Enero de 2012). <http://www.mipro.gob.ec>. Recuperado el 5 de Junio de 2012, de http://www.mipro.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1577:-ministerio-de-industrias-propone-reformar-ley-organica-de-defensa-del-consumidor
- ✚ Dato proporcionado por la Presidencia del gobierno Parroquial de Cone, Yaguachi, del plan de ordenamiento territorial de Cone, fuente: Gonzalo Roca Nieto, Presidente del gobierno Parroquial de Cone.
- ✚ DESLER, Gary; VARELA JUAREZ, Ricardo: “Administración de los Recursos Humanos; Un Enfoque Latinoamericano”, 5ta Edición, 2011 p.2
- ✚ Ecuatoriana, G. (10 de Agosto de 2010). www.cdnodanilo.freeoda.com. Recuperado el 18 de Julio de 2012
- ✚ GARZA MERCADO, Ario: “Manual de técnicas de investigación para estudiantes”, Editorial El Colegio de México, 2007
- ✚ <http://www.alimentacion-sana.com.ar>. (2007). Recuperado el 12 de Julio de 2012, de <http://www.alimentacion-sana.com.ar>
- ✚ <http://www.elgrupogourmet.com>. (Octubre de 2010). Recuperado el 18 de Agosto de 2012, de <http://www.elgrupogourmet.com/>

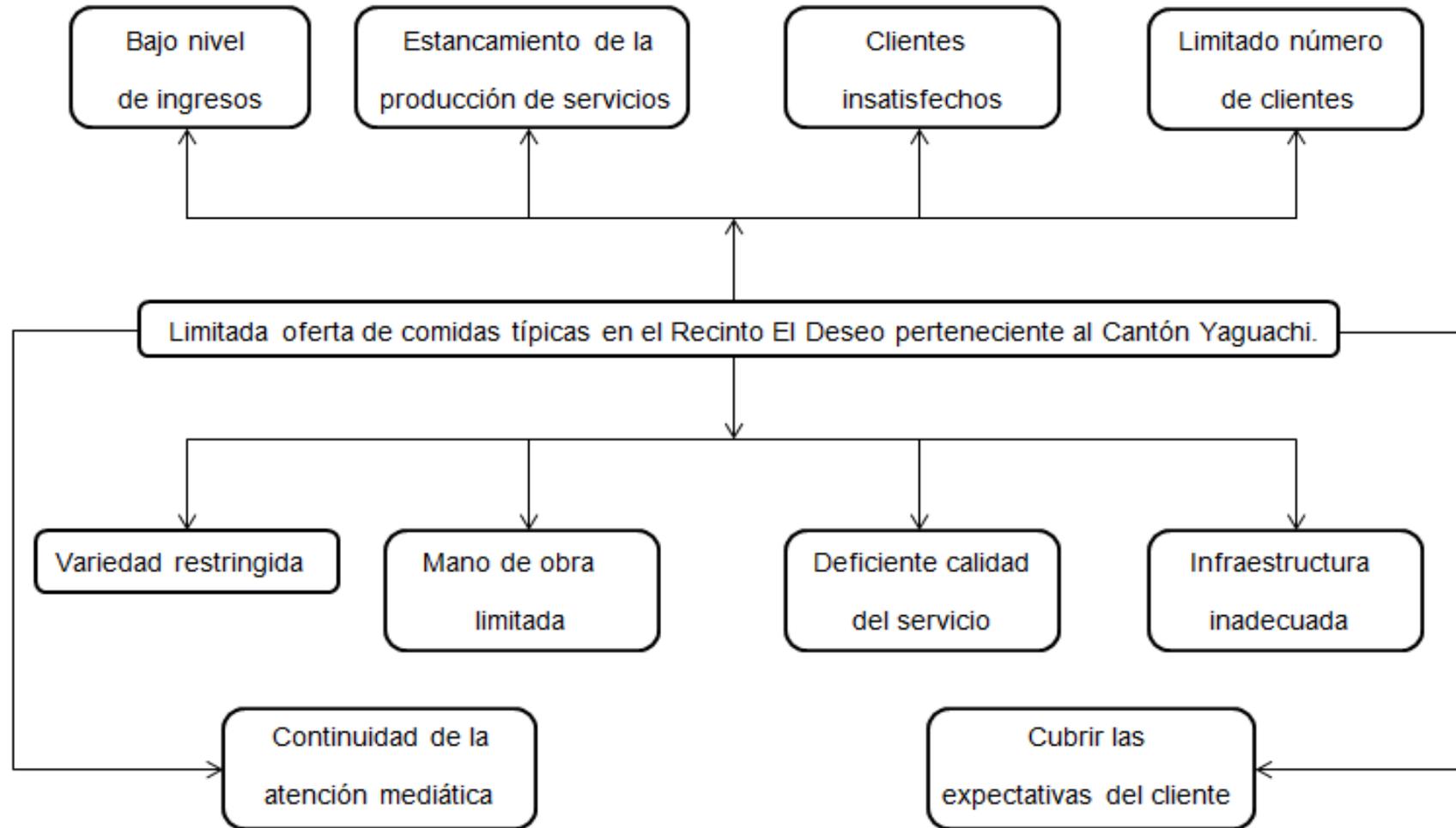
- ✚ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/los-platos-tipicos-de-nuestro-ecuador> publicado el 07/Febrero/2004
- ✚ <http://www.mis-recetas.org/trucos>. (2011). Recuperado el 10 de Junio de 2012, de <http://www.mis-recetas.org/trucos>
- ✚ Informe General de Flujo Vehicular y Recaudación correspondiente a Septiembre de 2012, fuente: Concesionaria del Guayas – CONCEGUA S.A.
- ✚ Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC):<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- ✚ Instructivo para la Intervención de los Intendentes Generales de Policía del país, Decreto Supremo 3310-B de fecha 8 de marzo de 1979: según lo que señala el Art. 29; <http://www.gobernacionstodgo.gob.ec>
- ✚ JIMÉNEZ, Gustavo: “Historias y Recetas de Cocina”, libro online, <http://es.scribd.com/doc/19973851/Historia-de-La-Cocina>
- ✚ KOTLER, Philip: Fundamentos de Marketing, 8va Ed. Pág. 25, Prentice Hall México, 2008.
- ✚ MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA: <http://www.salud.gob.ec/?p=3621/permiso-de-funcionamiento-de-locales>
- ✚ MOLINA, Magali; PLÚA, Lorena: “Restaurante Rico & Sano”, 2009.
- ✚ PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013
- ✚ QUITO GONZÁLEZ, Manuel Alfonso; ALCOSER ESTRADA, Alexandra Paulina; “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA ORIENTADA A LA APERTURA DE UN RESTAURANTE VEGETARIANO EN EL CANTÓN NARANJITO” 2010.
- ✚ REGLAMENTO PARA OTORGAR PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO A LOS ESTABLECIMIENTOS SUJETOS A VIGILANCIA Y CONTROL

SANITARIO: Acuerdo No. 0818, <http://www.salud.gob.ec/?p=3621/permiso-de-funcionamiento-de-locales>

- ✚ RODRÍGUEZ PALACIOS, chef Ariel: “Técnicas Básicas del Maestro de Cocina”, Editorial UTILISIMA, España 2010
- ✚ RUIZ BALLESTEROS, Esteban; SOLIS CARRIÓN, Doris: “TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR DESARROLLO Y SOSTENIBILIDAD SOCIAL”, libro online, <http://hospitalidad.ucuenca.edu.ec>
- ✚ SERVICIOS DE RENTAS INTERNAS:
<http://cef.sri.gov.ec/virtualcef/file.php/1/MaterialCursosVirtuales/ContenidoRUC07.pdf>

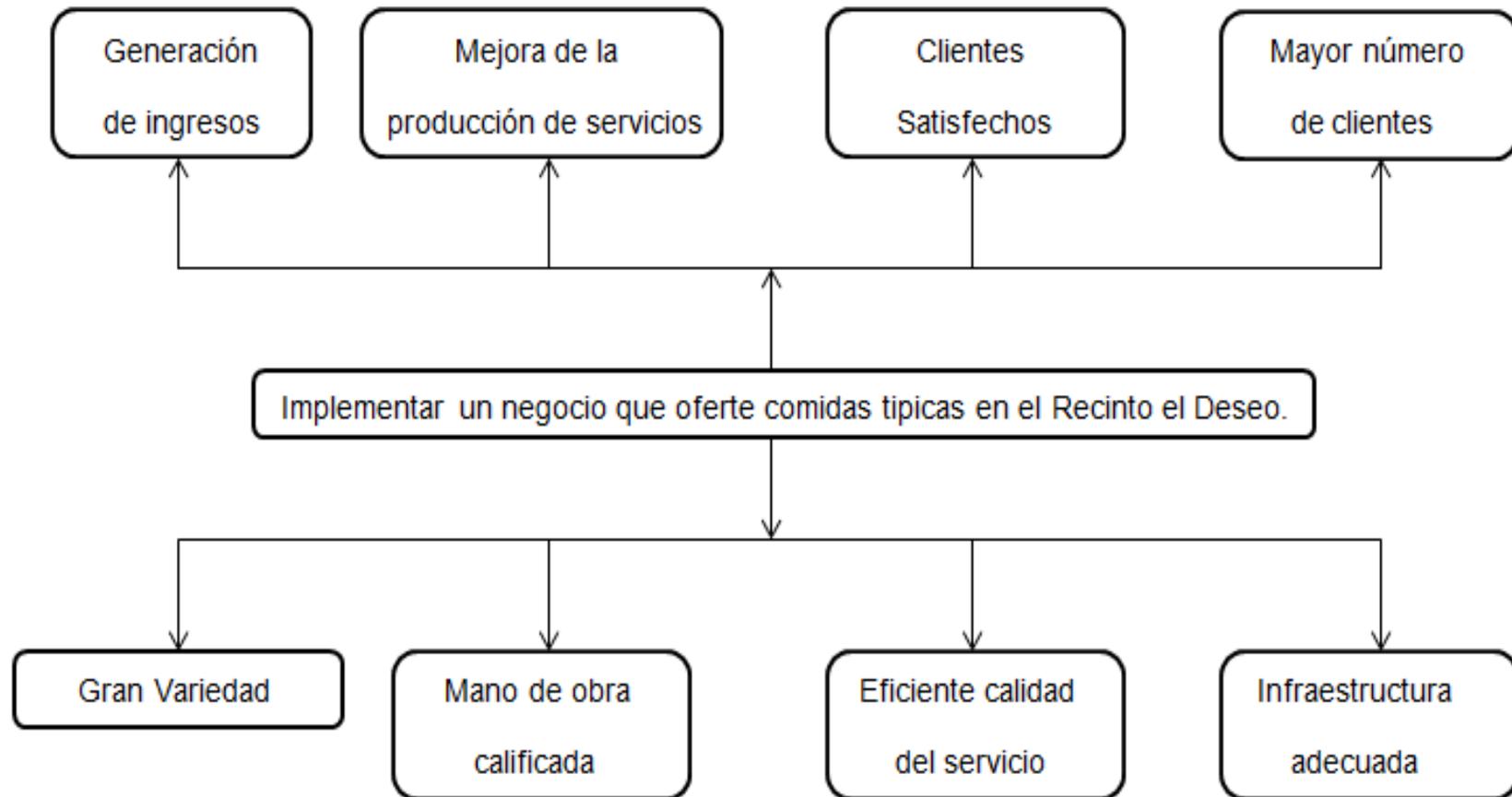
ANEXOS

ANEXO 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 2: ÁRBOL DE OBJETIVOS



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 3: LA MATRIZ

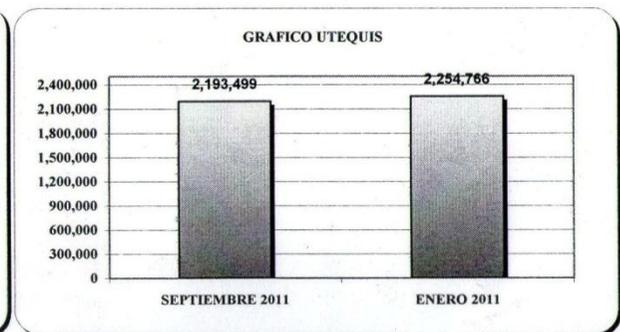
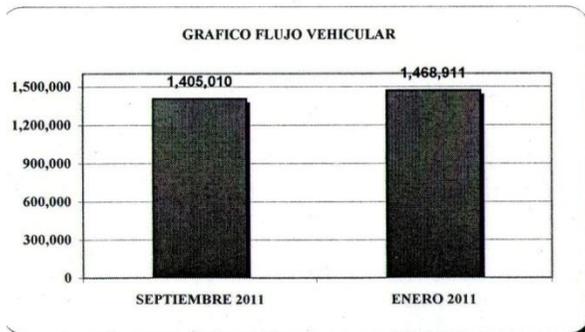
MATRIZ		
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA		
<p>¿Como afecta la limitada oferta de comidas típicas de calidad en el Recinto el Deseo al desarrollo económico del sector y al nivel de satisfacción de los clientes?</p>		
DETERMINACIÓN DEL TEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL
<p>Realizar un estudio para establecer la factibilidad de implementar un restaurante de comidas típicas en el Recinto el Deseo del Cantón Yaguachi.</p>	<p>Evaluar la factibilidad de implementar un restaurante que oferte comidas típicas en el Recinto el Deseo, mediante la aplicación de métodos y técnicas de investigación y herramientas estadísticas, con la finalidad de establecer el nivel de aceptación que tendría la idea planteada.</p>	<p>La implementación de un restaurante que oferte comidas típicas en el Recinto el Deseo además de brindar las condiciones adecuadas de asepsia, calidad en la atención y un servicio de primera, ayudaría a generar satisfacción en los potenciales consumidores, y a establecer los beneficios que obtendrían los inversionistas.</p>
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS PARTICULARES
<p>✓ ¿Cómo influye la limitada variedad de comidas típicas ofertadas por los comedores existentes en el Recinto en la generación de ingresos?</p>	<p>➤ Identificar las causas que provocan que los comedores del Recinto El Deseo tengan una limitada variedad de comidas típicas y como afecta esto a la generación de ingresos.</p>	<p>❖ Incrementar la variedad de las comidas típicas que se ofrecen a los clientes en los comedores del Recinto provocaría un aumento en los ingresos.</p>
<p>✓ ¿De qué manera afecta la escasa mano de obra calificada en el estancamiento de la producción de servicios en el Recinto El Deseo?</p>	<p>➤ Definir en qué medida la mano de obra poco calificada puede afectar a la producción de servicios de los comedores en el Recinto El Deseo.</p>	<p>❖ Contar con el personal capacitado, esto es mano de obra calificada, ayudaría a incrementar la producción de servicios.</p>
<p>✓ ¿De qué manera afecta la deficiente calidad del servicio en el nivel de satisfacción de los clientes?</p>	<p>➤ Determinar en qué manera incide la deficiente calidad del servicio ofrecido en la actualidad de estos comedores en la satisfacción de los clientes.</p>	<p>❖ El nivel de calidad del servicio brindado por los restaurantes de comidas típicas es el principal factor que contribuye a la satisfacción de los clientes.</p>
<p>✓ ¿En qué incide una inadecuada infraestructura de los comedores ubicados en el Recinto El Deseo en el número de clientes?</p>	<p>➤ Identificar la incidencia de una infraestructura inadecuada de los comedores del sector en el número de clientes que estos reciben diariamente.</p>	<p>❖ Una infraestructura apropiada para el funcionamiento de un restaurante de comidas podría agrandar y atender a un mayor número de clientes.</p>

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 4: INFORME GENERAL DE FLUJO VEHICULAR Y RECAUDACIÓN CORRESPONDIENTE A SEPTIEMBRE DE 2012, (FOR OPE 09 VER 01 03 09) CONCESIONARIA DEL GUAYAS – CONCEGUA S.A.

TARIFAS CONCEPTO	\$1.00 CAT -1	\$2.00 CAT -2	\$3.00 CAT -3	\$4.00 CAT -4	\$5.00 CAT -5	\$6.00 CAT -6	\$1.60 CAT -7	\$1.60 CAT-2 (TRONC)	TOTAL VEHICULOS	TOTAL RECAUDO	TOTAL UTEQUIS	TOTAL DEPOSITO	
EFFECTIVO	802,294	235,860	30,563	6,668	21,128	34,254	34,158	557	1,165,482	\$1,759,083.00	1,772,969	RECAUDO	1,759,083.00
VALES-TARJETAS 0%	18,110	17,138	10,889	2,997	8,127	11,637	0	0	68,898	\$207,498.00	207,498	TAGS VENDID	16,864.40
VALES-TARJETAS 20%	87	5,439	0	0	1	0	199	0	5,726	\$80.80	\$101.00	RETENCIONES	-57.36
VALES-TARJETAS 25%	83	2,268	0	0	1	0	69	0	2,421	\$1,101.90	4,762	RECARGAS	10,047.00
VALES-TARJETAS 30%	1	2,155	0	0	0	0	129	0	2,285	\$4,517.40	4,569	SOBRANTES	271.98
VALES-TARJETAS 50%	1,656	373	19	0	166	0	0	0	2,214	\$731.00	1,462	ERROR SIST.	185.80
VALES-TARJETAS 75%	8,451	3,419	84	89	990	99	1	0	13,133	\$11,905.95	20,549	TOTAL	1,786,394.82
VALES-TARJETAS 80%	13,583	1,866	18	0	20	0	0	0	15,487	\$13,101.75	17,469		
TRANSITO SAN	3	6	0	0	0	0	112	0	121		239		
TRANSITO 4H U.L.	772	188	2	0	1	20	3	0	986		1,285		
EXONERADOS CHIP	64	37	49	0	84	0	0	0	234		705		
CLEARING (*)	72,252	10,483	514	298	1,044	306	2,419	0	87,316		107,846		
EXONERADOS (*)	91,163	9,148	736	405	507	224	2,425	0	104,608		115,312		
TOTAL	1,008,519	288,380	42,874	10,457	32,069	46,540	39,515	557	1,468,911	\$1,998,019.80	2,254,766		
SEPTIEMBRE 2011	940,671	290,064	45,089	11,485	32,791	40,133	43,370	1,407	1,405,010	\$1,705,062.00	2,193,499		
% VEHICULOS MES	68.66%	19.63%	2.92%	0.71%	2.18%	3.17%	2.69%	0.03%					
DIFERENCIA	67,848	-1,684	-2,215	-1,028	-722	6,407	-3,855	-850	63,901	\$54,021.00	61,267		
PORCENTAJE	7.21%	-0.58%	-4.91%	-8.95%	-2.20%	15.96%	-8.89%	-60.41%	4.55%	3.17%	2.79%		
PROM. DIARIO	33,617	9,613	1,429	349	1,069	1,551	1,317	19	48,964	66,601	75,159		

- (*) VALORES REFERENCIALES PARA EL ANALISIS DEL TRAFICO VEHICULAR
- (-) EN ESTE MES SE CONSIDERA TODO EL TRAFICO VEHICULAR PARA SU COMPARATIVO
- (-) PARA EL COMPARATIVO DE LA RECAUDACION SOLO SE CONSIDERA EL FLUJO EFECTIVO



ANEXO 5: LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Objetivo de la Encuesta:

La presente encuesta pretende conocer el nivel de aceptación que tiene las comidas típicas en el Recinto el Deseo, como parte de un ejercicio académico.

Agradecemos por la información que pueda proporcionarnos, la misma que tendrá la reserva del caso.

Sexo:	Masculino			Femenino		
Edad:	18-25	26-35	36-45	46 o más		

(Marque con una X la alternativa deseada)

Preguntas:

1.- ¿Cuál cree usted que sería el mejor tipo de ambiente para un establecimiento de comidas típicas?

Elegante		Clásico		Rústico/campestre	
----------	--	---------	--	-------------------	--

2.- ¿Cuál ha sido su nivel de satisfacción en los establecimientos de comida que usted ha visitado en este sector?

Muy satisfecho		Satisfecho		Poco satisfecho		No interesa	
----------------	--	------------	--	-----------------	--	-------------	--

3.- ¿Cuál es su comida típica preferida?

Seco de pato		Orgía de mariscos		Humitas	
Seco de gallina		Encebollados		Yapingacho	
Seco de chivo		Bollos		Fritada	
Cazuela		Guatita		Maito de pescado	
Arroz con menestra		Caldo de Salchicha		Bacalao al ajillo	
Arroz marinero		Seco de borrego		Pinchos mayones	
Sopa marinera		Yaguarlocro		Otro	

4.- De los siguientes enunciados en cual usted se ubica:							
Labores de campo		Empleados		Independientes		Otros	

5.- ¿Qué característica considera que debe tener el personal que atiende en un establecimiento de comidas?			
Presentación personal		Conocimiento del servicio	
Educación y cortesía		Conocimiento de etiqueta	

6.- ¿Considera que una gran variedad de platos típicos lo incentivaría a consumir más de uno?					
Si		No		Tal vez	

7.- ¿Cuál de los siguientes elementos considera usted prioritario para un servicio de calidad?			
Higiene del local		Buena sazón	
Agilidad en la atención		Otro	

8.- ¿Está usted satisfecho con la preparación y precio de los platos que ofrecen los restaurantes del sector?							
Muy satisfecho		Satisfecho		Poco satisfecho		Insatisfecho	

9.- Cree usted que un restaurante de comidas típicas debe ser:			
Cerrado con climatización		Abierto al ambiente	

10.- ¿Considera usted que un restaurante de comidas típicas abierto al ambiente atraería una mayor afluencia de clientes?					
Si		No		Tal vez	

ANEXO 6: EVIDENCIA FOTOGRÁFICA DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Figura N° 39



Figura N° 40



Figura N° 41



Figura N° 42



Figura N° 43



Figura N° 44



ANEXO 7: COSTO POR PORCIÓN

SECO DE PATO	
Arroz 125 gr.	0,10
Aceite 1 gr	0,05
Cebolla porcion	0,04
Tomate	0,05
Pimiento	0,03
Pato	1,20
Platano maduro	0,05
Cilantro	0,01
ajo	0,04
total	1,57
SECO DE GALLINA	
Arroz 125 gr.	0,10
Aceite 1 gr	0,05
Cebolla porcion	0,04
Tomate	0,05
Pimiento	0,03
Gallina	1,00
Platano maduro	0,05
Cilantro	0,01
ajo	0,04
total	1,37
CAZUELA	
albacora	0,63
platano verde	0,10
Mani	0,08
cebolla	0,04
tomate	0,05
Pimiento	0,03
Aceite 1 gr	0,05
cilantro	0,01
total	0,99
CAZUELA MIXTA	
albacora	0,63
platano verde	0,10
Mani	0,08
cebolla	0,04
tomate	0,05
Pimiento	0,03
Aceite 1 gr	0,05
cilantro	0,01
camarones	0,35
total	1,34
CAZUELA COMPLETA	
albacora	0,63
platano verde	0,10
Mani	0,08
cebolla	0,04
tomate	0,05
Pimiento	0,03
Aceite 1 gr	0,05
cilantro	0,01
camarones	0,35
calamar	0,31
concha	0,40
mejillones	0,38
pulpo	0,35
total	2,78
ARROZ CON MENESTRA Y CARNE ASADA	
Arroz 125 gr.	0,10
cebolla	0,04
tomate	0,05
Pimiento	0,03
Aceite 2 gr	0,10
cilantro	0,01
carne	0,50
platano	0,05
frejol	0,18
total	1,06

ARROZ MARINERO	
arroz 125 gr	0,10
Cebolla porcion	0,04
Aceite 1 gr	0,03
cilantro	0,01
pezcado	0,63
camarones	0,35
calamar	0,31
concha	0,40
mejillones	0,38
pulpo	0,35
total	2,60
SOPA MARINERA	
Cebolla porcion	0,04
Aceite 1 gr	0,05
cilantro	0,01
pezcado	0,63
camarones	0,35
calamar	0,31
concha	0,40
mejillones	0,38
pulpo	0,35
Papa	0,06
Leche	0,05
mani	0,08
total	2,71
ORGIA DE MARISCOS	
pezcado	1,00
camarones	0,70
concha	0,40
calamar	0,62
aceite	0,15
lechuga	0,05
platano	0,05
Cebolla porcion	0,04
tomate	0,05
limon	0,03
cilantro	0,01
total	3,10
YAPINGACHO	
aceite	0,10
papa	0,12
huevo	0,10
lechuga	0,05
cebolla	0,04
tomate	0,05
Pimiento	0,03
cilantro	0,01
limon	0,03
chorizo	0,16
aguacate	0,15
mani	0,08
total	0,92
FRITADA	
carne de cerdo	0,88
mote	0,08
cebolla	0,04
tomate	0,05
pimiento	0,03
cilantro	0,01
limon	0,03
platano maduro	0,10
aceite	0,15
total	1,37

BACALAO AL AJILLO	
bacalao	1,40
vino blanco	0,50
ajo	0,08
aceite	0,15
cilantro	0,01
	2,14
HORNADO	
carne de cerdo	0,88
mote	0,08
cebolla	0,04
tomate	0,05
cilantro	0,01
limon	0,03
	1,09
CALDO DE BOLAS	
platano	0,05
cebolla	0,04
tomate	0,05
verduras	0,50
ajo	0,05
choclo	0,15
zanahoria	0,02
col	0,10
mani	0,08
aceite	0,05
arveja	0,05
huevo	0,05
zapallo	0,05
yuca	0,05
	1,29
ENCEBOLLADO	
albacora	0,63
yuca	0,10
cebolla	0,04
cilantro	0,01
limon	0,06
ajo	0,05
	0,89
BOLLOS	
albacora	0,63
platano	0,15
cebolla	0,04
tomate	0,05
Pimiento	0,03
ajo	0,05
mani	0,08
	1,03

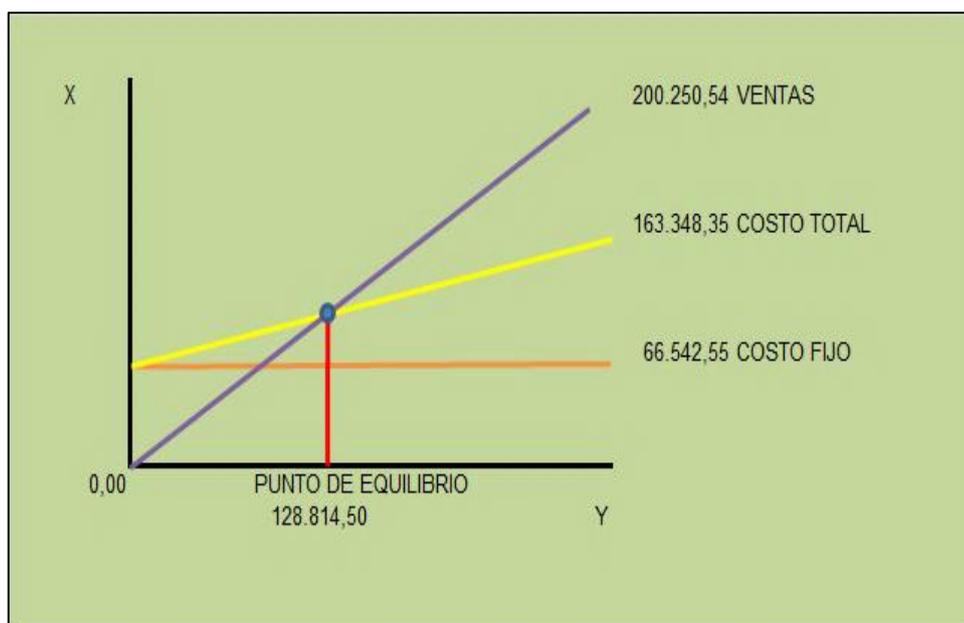
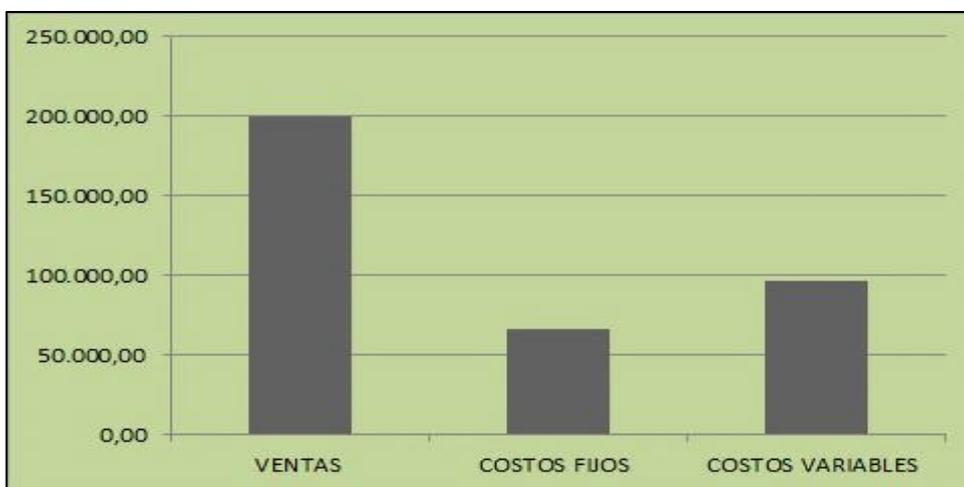
GUATITA	
papas	0,12
mondongo	0,38
mani	0,08
arroz 125gr	0,10
cebolla	0,04
Leche	0,05
aguacate	0,15
aceite	0,05
cilantro	0,01
	0,98
CALDO DE SALCHICHA	
vicerias y tripaje de cerdo	0,21
arroz	0,10
col	0,05
cebolla	0,04
tomate	0,05
pimiento	0,03
ajo	0,05
cilantro	0,01
limon	0,06
platano verde	0,10
	0,70
SECO DE BORREGO	
Arroz 125 gr.	0,10
Aceite 1 gr	0,05
Cebolla porcion	0,04
Tomate	0,05
Pimiento	0,03
carne de borrego	0,75
Platano maduro	0,05
Cilantro	0,01
ajo	0,04
	1,12
YAGUARLOCRO	
vicerias y tripaje de borrego	0,30
cebolla	0,04
papas	0,10
mani	0,08
cilantro	0,01
tomate	0,05
pimiento	0,03
limon	0,03
aceite	0,05
Leche	0,10
aguacate	0,08
	0,87
HUMITAS	
choclos tiernos	0,25
queso de mesa	0,15
cebolla	0,04
ajo	0,04
aceite	0,05
huevo	0,05
	0,58

Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 8: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2

AÑO 2 DATOS	
VENTAS	200.250,54
COSTOS FIJOS	66.542,55
COSTOS VARIABLES	96.805,80

PE=	CF	=	66.542,55
	1- CV		0,52
PE=		=	128.814,50



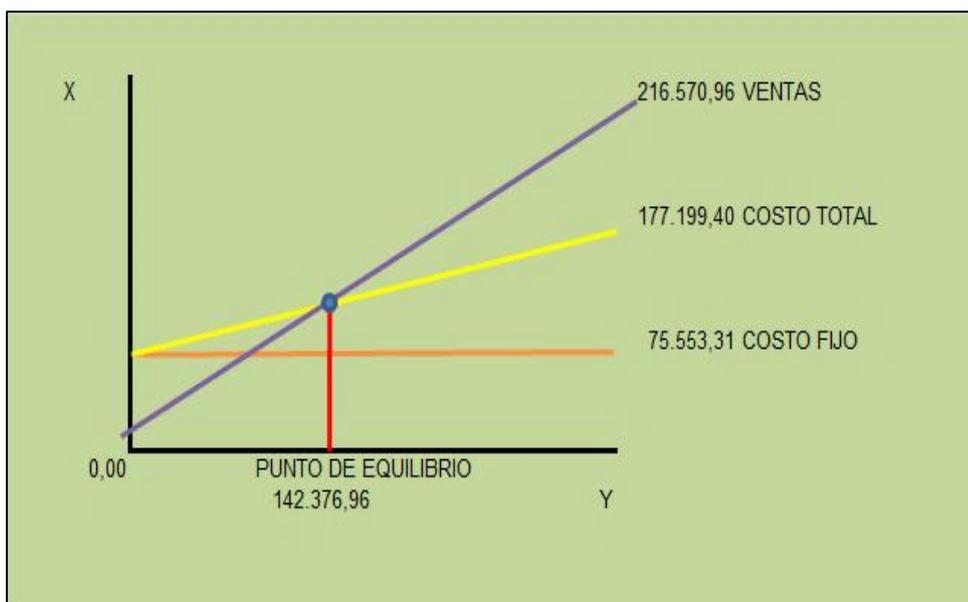
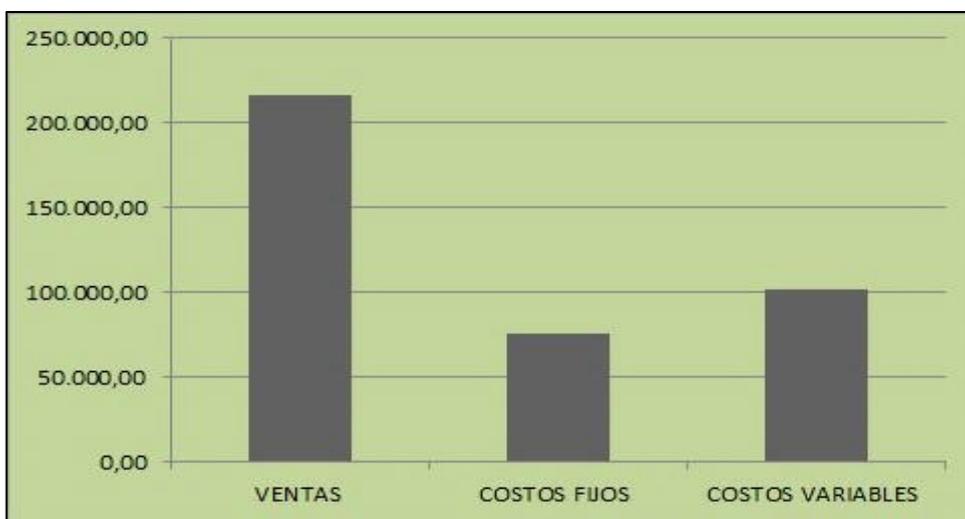
Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 9: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

AÑO 3 DATOS	
VENTAS	216.570,96
COSTOS FIJOS	75.553,31
COSTOS VARIABLES	101.646,09

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{75.553,31}{0,53}$$

$$PE = 142.376,96$$



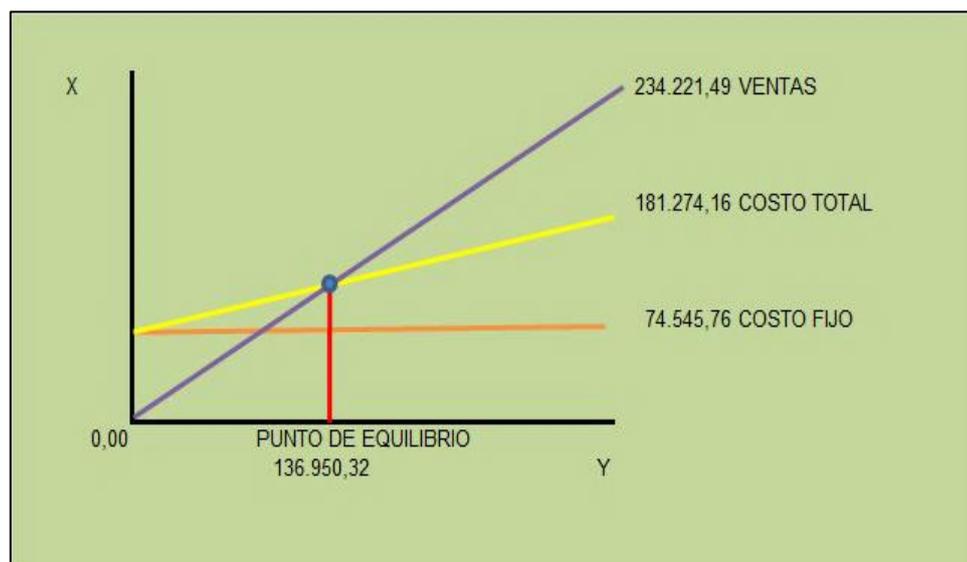
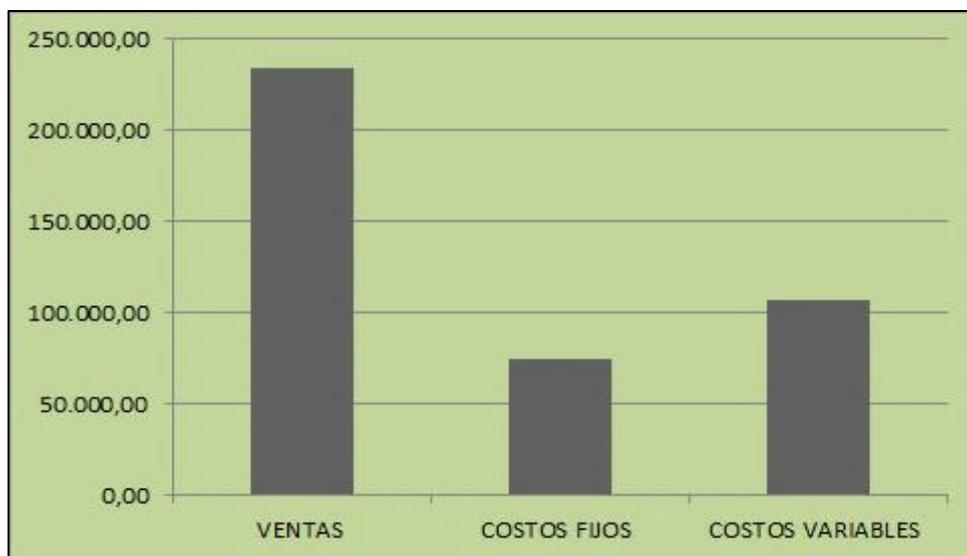
Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 10: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4

AÑO 4 DATOS	
VENTAS	234.221,49
COSTOS FIJOS	74.545,76
COSTOS VARIABLES	106.728,39

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{74.545,76}{0,54}$$

$$PE = 136.950,32$$



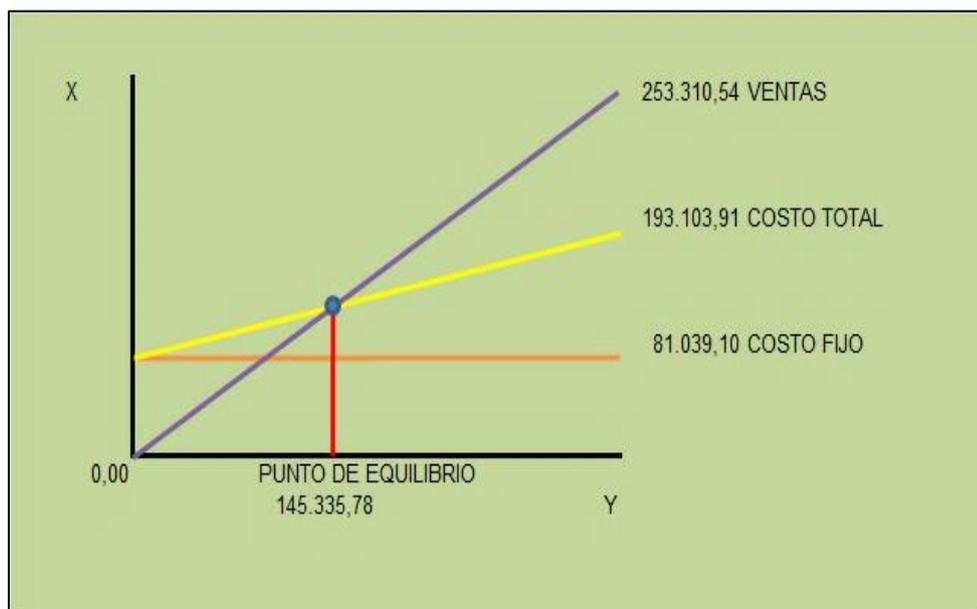
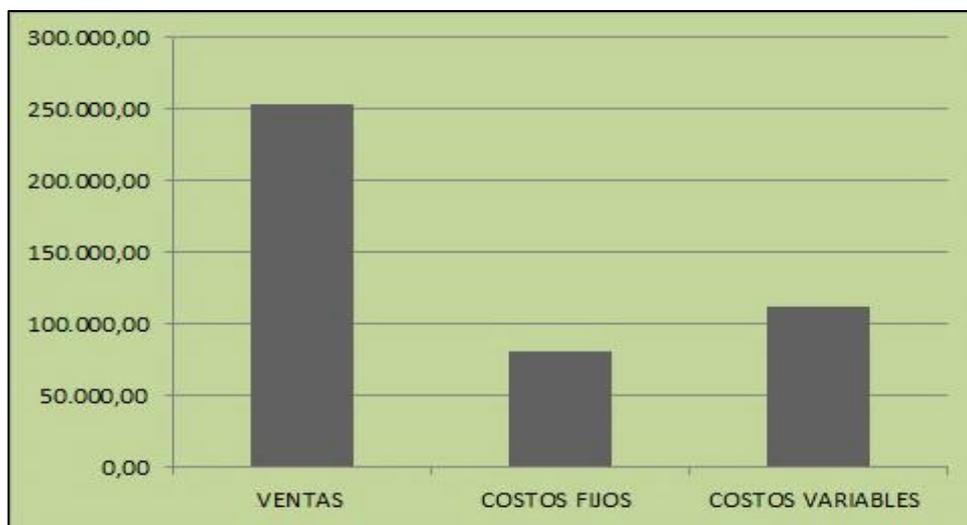
Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.

ANEXO 11: PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

AÑO 5 DATOS	
VENTAS	253.310,54
COSTOS FIJOS	81.039,10
COSTOS VARIABLES	112.064,81

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{81.039,10}{0,56}$$

$$PE = 145.335,78$$



Elaborado por: Alex Frías Sanjines y Germania Banchón Villao.