



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL, EN EL BARRIO
GUITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE
PICHINCHA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de
Licenciada en Turismo

Autora:
Changoluisa Paneluisa Adriana Lizbeth

Tutor:
Sampedro Arrieta Milton Sampedro

LATACUNGA – ECUADOR

Febrero 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Changoluisa Paneluisa Adriana Lizbeth, con cédula de ciudadanía No. 1753883709, declaro ser autora del presente proyecto de investigación: **“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL EN EL BARRIO GÜITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”**, siendo el Ingeniero Mgs. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Tutor del presente trabajo; y, eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 12 de febrero del 2024



Adriana Lizbeth Changoluisa Paneluisa

C.C. 1753883709

ESTUDIANTE

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **CHANGOLUISA PANELUISA ADRIANA LIZBETH**, identificada con cédula de ciudadanía **1753883709** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Turismo titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL EN EL BARRIO GUITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2019-Marzo 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Febrero 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 25 de Mayo del 2023

Tutor: Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta, Mgs.

Tema: **“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL EN EL BARRIO GUITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”**

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - **LA CESIONARIA** podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 12 días del mes febrero del 2024.


Adriana-Elizabeth Changoluisa Paneluisa

LA CEDENTE

Dra. Idalia Eleonora Pacheco Tigsalema

LA CESIONARIA

AVAL DE EL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el título:

“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL EN EL BARRIO GUITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”, de Changoluisa Paneluisa Adriana Lizbeth, de la carrera de Turismo, considero que el presente trabajo investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas, técnicas y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 12 de Febrero del 2024



Ing. Milton Alberto Sampedro Arrieta Mgs.
C.C. 0602636987
DOCENTE TUTOR

AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

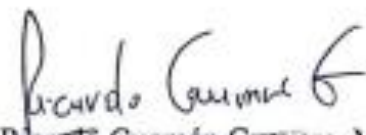
En calidad de Tribunal de Lectores, aprobamos el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi; y, por la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales; por cuanto, la postulante: Changoluisa Paneluisa Adriana Lizbeth, con el título de Proyecto de Investigación: **“PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL EN EL BARRIO GUITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

Latacunga, 12 de febrero del 2024



Ledo. Manuel Aberca Zaquinaula, Mg.
C.C: 1103989669
LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Ledo. Ricardo Guamán-Guevara, Mg.
C.C: 1802830123
LECTOR 2 (MIEMBRO)



Ing. Matius Mendoza Poma, Msc.
C.C: 1710448521
LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Agradezco de corazón a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a la Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales por brindarme la formación académica y las oportunidades de aprendizaje. Quiero agradecer al ingeniero Milton Sampedro por dedicar su tiempo, demostrar paciencia y brindar consejos durante la elaboración de este trabajo de investigación.

Agradezco a todos los profesores de la carrera de Turismo por su valiosa colaboración en mi formación académica.

Además, quiero expresar un agradecimiento muy especial a mis padres Juan Carlos y Mirian, quienes han sido mi principal apoyo y me han respaldado incondicionalmente a lo largo de mi vida. Gracias, mamá y papá por siempre confiar en cada paso que doy, ¡los amo!

Asimismo, deseo expresar mi más profundo agradecimiento a mi Alex, quien ha estado presente durante el avance de este proceso entregándome su amor y apoyo incondicional.

Por último, quiero expresar mi gratitud a todas aquellas personas que fueron parte de este camino, familiares, amigo/as, quienes siempre estarán en mi corazón.

Adriana Lizbeth Changoluisa Paneluisa

DEDICATORIA

A Dios, quien ha sido mi guía en aquellos momentos de necesidad, el cual me ha sabido guiar por el camino de la sabiduría.

Con mucho amor dedico mi trabajo a mis padres, Juan Carlos y Mirian, por su apoyo, consejos y amor incondicional durante esta etapa de mi vida, a mis hermanos Juan Fernando y Micaela, cada palabra de aliento y gesto de afecto ha sido un motor para seguir adelante.

Además, este trabajo se lo dedico a aquellas mujeres quienes siempre confiaron en mí: a mi madrina, Yolanda, que desde muy pequeña me ha criado como su hija y me ha transmitido valores que han sido fundamentales en mi vida; a mi abuelita, Ignacia, que siempre me alentado a seguir adelante, finalmente a mi abuelita, Zoila, que ya hace varios años se ha convertido en mi ángel guardián, su amor y dedicación ha dejado una huella imborrable en mí y desde el cielo sé que con sus bendiciones me ha ayudado a seguir adelante.

Adriana Lizbeth Changoluisa Paneluisa

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES

TÍTULO: “PROPUESTA DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TRADICIONAL EN EL BARRIO GUITIG ALTO, CANTÓN MEJÍA, PROVINCIA DE PICHINCHA”.

Autora:

Changoluisa Paneluisa Adriana Lizbeth

RESUMEN

El presente trabajo de investigación busca proponer la factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional en el barrio Güitig Alto, viendo la necesidad de contar con una infraestructura dedicada al servicio de alimentos y bebidas, aplicando en la investigación un enfoque descriptivo de eje transversal. En la investigación bibliográfica, se consultaron diferentes fuentes como libros, tesis, PDOT y páginas web del Ministerio de Turismo. Esto permitió identificar las distintas fases del proyecto y comprender los parámetros necesarios para cada estudio. Se realizó una investigación de campo utilizando la técnica de encuesta mediante un cuestionario de 25 preguntas y se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico a conveniencia, lo que significa que se seleccionaron participantes basados en su disponibilidad y accesibilidad permitiendo establecer el estudio de mercado. Para realizar el estudio técnico, se utilizaron matrices técnicas que ayudaron a analizar los factores externos que podrían afectar al emprendimiento, además se utilizó el software de diseño gráfico llamado AutoCAD el cual permitió determinar aspectos técnicos del proyecto, como el diseño y la distribución de los espacios. Además, se elaboró un organigrama para presentar cada uno de los departamentos que formarán parte del restaurante. Finalmente, se desarrolló un análisis de las inversiones necesarias, los ingresos esperados, los gastos proyectados y los estados financieros utilizando herramientas como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y el análisis Costo/Beneficio. Como resultado de las 91 encuestas aplicadas se obtuvo que; el 82% de los encuestados están de acuerdo con la creación del restaurante, el gasto promedio en familia de 4 integrantes en un restaurante de comida tradicional es de 10 a 15 dólares, el 22% de los encuestados recomienda incluir el cuy asado en el menú, mientras que el 17% recomienda la trucha frita, el 99% de los encuestados afirma que los espacios del restaurante deben tener elementos de la cultura chacarera, la principal razón por la que recomendarían el restaurante es el servicio recibido 41% seguido con un 37% por el sazón; posteriormente, se determinó que el tamaño del restaurante sería de 161m², divididos en tres áreas: cocina en la parte baja, comedor en la parte central y un mirador en la parte alta, se calculó que la capacidad instalada sería de 58 personas en el comedor y 20 personas en el mirador, se establecieron recetas estándar y se implementaron flujogramas de producción, así como estrategias de marketing relacionadas con el producto, el precio y la distribución; por otro lado, se creó una estructura jerárquica y funcional de los departamentos de operaciones, contabilidad y marketing, se llevó a cabo la dirección y el control del proyecto; finalmente el Valor Actual Neto (VAN) arrojó un resultado positivo de 26.955,50, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 57% y la relación Costo/Beneficio de 1,158277, finalmente, se determinó que la creación de un restaurante de comida tradicional es factible, ya que generará ganancias y contribuirá al desarrollo turístico de la población local.

Palabras clave: Gastronomía, propuesta de factibilidad, restaurante tradicional.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCE AND NATURAL RESOURCES

THEME: “FEASIBILITY PROPOSAL FOR THE CREATION OF A TRADITIONAL FOOD RESTAURANT IN THE GUITIG ALTO NEIGHBORHOOD, MEJÍA CANTON, PICHINCHA PROVINCE”

Author:
Changoluisa Paneluisa Adriana Lizbeth

ABSTRACT

The present research work seeks to propose the feasibility of the creation of a traditional food restaurant in the Güitig Alto neighborhood, seeing the need to have an infrastructure dedicated to food and beverage service, applying a descriptive approach of transversal axis in the research. In the bibliographic research, different sources were consulted, such as books, theses, PDOT, and websites of the Ministry of Tourism. This made it possible to identify the different phases of the project and to understand the parameters needed for each study. A field research was conducted using the survey technique using a 25-question questionnaire and a non-probabilistic convenience sampling type was used, which means that participants were selected based on their availability and accessibility allowing the market study to be established. To carry out the technical study, technical matrices were used to help analyze the external factors that could affect the project, and graphic design software called AutoCAD was used to determine the technical aspects of the project, such as the design and distribution of the spaces. In addition, an organizational chart was drawn up to present each of the departments that will be part of the restaurant. Finally, an analysis of the necessary investments, expected revenues, projected expenses, and financial statements was developed using tools such as Net Present Value, Internal Rate of Return, and Cost/Benefit analysis. As a result of the 91 surveys applied, it was obtained that; 82% of those surveyed agree with the creation of the restaurant, the average expenditure as a family of 4 in a traditional food restaurant is 10 to 15 dollars, 22% of those surveyed recommend including roasted guinea pig on the menu, while 17% recommend fried trout, 99% of respondents affirm that restaurant spaces should have elements of the Chacarera culture, The main reason why they would recommend the restaurant is the service received 41% followed by 37% for the seasoning; subsequently. It was determined that the size of the restaurant would be 161m², divided into three areas: kitchen in the lower part, dining room in the central part, and a lookout at the top, it was calculated that the installed capacity would be 58 people in the dining room and 20 people in the lookout, standard recipes were established and production flowcharts were implemented, as well as marketing strategies related to product, price, and distribution; On the other hand, a hierarchical and functional structure of the operations, accounting and marketing departments was created, the management and control of the project was carried out. Finally, the Net Present Value (NPV) yielded a positive result of 26,955.50, the Internal Rate of Return (IRR) of 57%, and the Cost/Benefit ratio of 1.158277, finally, it was determined that the creation of a traditional food restaurant is feasible, since it will generate profits and contribute to the tourism development of the local population.

Keywords: Gastronomy, feasibility proposal, traditional restaurant.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	2
3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	3
3.1 Beneficiarios Directos	3
3.2 Beneficiarios Indirectos	3
4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
5. OBJETIVOS	5
5.1. Objetivo General.....	5
5.2. Objetivos Específicos	5
6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS	6
7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.....	7
7.1. Marco legal	7
7.1.4. Ley de defensa del artesano.....	10
7.2. Turismo.....	11
7.3. Tipos de turismo según tipo	11
7.3.1. Turismo Rural.....	11
7.3.2. Ecoturismo.....	11
7.3.3 Turismo de aventura	12
7.3.4. Turismo Cultural	12
7.3. 5 Turismo de Negocios.....	12
7.3.6. Turismo Gastronómico	12
7.4. Gastronomía	13
7.4.1. Gastronomía típica.....	13
7.4.2. Gastronomía tradicional	13
7.5. Gastronomía Ecuatoriana	13
7.5.1. Gastronomía típica ecuatoriana	13
7.6. Restaurante.	14
7.6.1 Servicio.....	14
7.6.2. Menú.....	14
7.7. Estudio de factibilidad.	15
7.8. Estudio de mercado.	15

7.9. Estudio Técnico.	15
7.10. Estudio administrativo y legal.	15
7.11. Factibilidad Económica.	15
8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTA CIENTÍFICA.....	16
9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
9.1. Descripción del área de estudio	17
9.2. Objetivo 1: Estudio de Mercado.....	18
9.3 Objetivo 2. Estudio Técnico	22
9.4. Objetivo 3. Estudio Administrativo-legal.....	23
9.5. Objetivo 4. Estudio Financiero.....	25
10.ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	27
10.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	27
10.1.1. Resultados del estudio de la oferta	27
10.1.2. Resumen del perfil del turista.....	52
10.1.3 Proyección de la demanda	53
10.1.4 Análisis de la oferta	54
10.1.5 Proyección de la oferta	59
10.1.6 Proyecto de la demanda insatisfecha.....	61
10.1.7. Características definitivas del producto.....	62
10.1.8. Análisis del producto	63
10.1.9. Análisis de comercialización	78
10.2. ESTUDIO TÉCNICO.....	81
10.2.1. Localización del proyecto.....	81
10.2.3. Ingeniería del proyecto	90
10.2.4. Requerimientos.....	99
10.2.5. Análisis de impacto ambiental.....	102
10.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	103
10.3.1 Planificación	103
10.3.2. Organización.....	105
10.3.3. Dirección	109
10.3.4. Control.....	110
10.3.4. Análisis legal	114
10.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL.....	117

10.4.1. Plan de inversiones	117
10.4.2. Inversión fija de área administrativa	119
10.4.3. Inversiones Diferidas.....	119
10.4.4. Capital de trabajo.....	120
10.4.6. Presupuesto de costos y gastos	124
10.4.7. Costos de producción.....	124
10.4.8 Otros Costos indirectos.....	127
10.4.9.Ingresos.....	129
10.4.10 Valor Actual Neto (VAN)	132
10.4.11. Tasa Interna De Retorno (TIR).....	132
10.4.12. Interpretación Del Resultado Que Entrega La TIR	132
10.4.13. Relación Costo Beneficio	133
10.4.14 Beneficios Sociales.....	133
11.IMPACTOS	134
12.CONCLUSIONES.....	135
13. RECOMENDACIONES	136
14. BIBLIOGRAFÍA	137
15. ANEXOS.....	138

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Beneficiarios Directos	3
Tabla 2 Beneficiarios Indirectos	3
Tabla 3 Sistematización de tareas	6
Tabla 4 Planificación Semanal	19
Tabla 5. Criterios de segmentación de la demanda	20
Tabla 6 Criterios para tomar en cuenta en la oferta	21
Tabla 7 Perfil del consumidor	52
Tabla 8 Características del Restaurante “Ruta de los volcanes”	54
Tabla 9 Características del Restaurante “Rincón de la Tía Li”	55
Tabla 10 Características del Restaurante “La posada del chagra”	56
Tabla 11 Características de la hacienda “Santa Ana”	57
Tabla 12 Características de la hacienda “El Sinche”	58
Tabla 13 Platos vendidos a la semana en el emprendimiento	59
Tabla 14 Número de comensales al año	59
Tabla 15 Proyección de la demanda insatisfecha	61
Tabla 16 Receta estándar del Caldo de Gallina	64
Tabla 17 Receta del Caldo de pata de res	65
Tabla 18 Receta del Locro de cuy	66
Tabla 19 Receta de Tortillas con caucara	67
Tabla 20 Receta de Papas con cuero y librillo	68
Tabla 21 Receta del Yaguarlocro	69
Tabla 22 Receta de cuy asado	70
Tabla 23 Receta de chicha de Jora	71
Tabla 24 Receta de pristiños con miel	72
Tabla 25 Factores determinantes de la macrolocalización	81
Tabla 26 Factores determinantes de la microlocalización	83
Tabla 27 Límites de evaluación de la localización del proyecto	84
Tabla 28 Evaluación de factores decisivos	84
Tabla 29 Evaluación de factores importantes	86
Tabla 30 Evaluación de factores deseables	87
Tabla 31 Análisis de los factores decisivos	88
Tabla 32 Análisis de los factores importantes	88
Tabla 33 Análisis de los factores deseables	89
Tabla 34 Criterios de calificación final	89
Tabla 35 Calificación final- factores de rentabilidad por localización	89
Tabla 36 Equipo de cocina	99
Tabla 37 Utencillos de cocina	100
Tabla 38 Muebles y enseres de cocina	101
Tabla 39 Muebles y enseres para comedor	101
Tabla 40 Equipos de oficina para comedor	102
Tabla 41 Formato de registro semanal de limpieza de baños	111

Tabla 42	Formato de registro semanal de limpieza de baños	111
Tabla 43	Características de control de satisfacción al cliente interno	112
Tabla 44	Cuestionario de satisfacción del cliente interno	112
Tabla 45	Características del reloj biométrico	113
Tabla 46	Análisis del plan de inversiones	117
Tabla 47	Inversión Fija.....	118
Tabla 48	Consolidado de inversión fija del área producción	118
Tabla 49	Consolidado de inversión fija del área administrativa	119
Tabla 50	Consolidado de inversión fija de área de ventas	119
Tabla 51	Activos Intangibles	120
Tabla 52	Resumen de costos y gastos	121
Tabla 53	Depreciación de inversión fija.....	121
Tabla 54	Resumen de inversiones del proyecto	122
Tabla 55	Amortización del préstamo del Restaurante Cielo Andino	122
Tabla 56	Amortización Francesa	123
Tabla 57	Costo de Materia prima utilizada en cada plato	124
Tabla 58	Recurso Humano	125
Tabla 59	Menaje Desechable.....	126
Tabla 60	Ropa de trabajo.....	126
Tabla 61	Materiales de Limpieza	127
Tabla 62	Porcentaje de depreciación	128
Tabla 63	Depreciación del área de producción.....	128
Tabla 64	Servicios básicos.....	128
Tabla 65	Ventas año 1	129
Tabla 66	Ventas año 2 y 3	130
Tabla 67	Ventas año 4 y 5	130
Tabla 68	Flujo efectivo proyectado	131
Tabla 69	Relación Costo/Beneficio	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	División parroquial del Cantón Mejía.....	17
Figura 2	¿Cuál es su nacionalidad?	27
Figura 3	¿Cuál es su lugar de residencia actual?.....	28
Figura 4	¿Cuál es su género?.....	29
Figura 5	¿Cuál es su ocupación?	30
Figura 6	¿A qué grupo de edad pertenece usted?	31
Figura 7	¿Cuál es el motivo por el que usted transita por el barrio Gütig Alto?.....	32
Figura 8	¿Conoce usted la comida tradicional de la Sierra?	33
Figura 9	¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante en el Barrio Gütig Alto que ofrezca comida tradicional?.....	34
Figura 10	¿Con quién acudiría al restaurante de comida tradicional?.....	35
Figura 11	En caso de acudir en familia, indique ¿Cuántos integrantes conforman su familia?	36
Figura 12	¿Con qué frecuencia nos visitaría?.....	37
Figura 13	¿Específicamente que días acude normalmente a un restaurante?.....	38
Figura 14	¿Cuál considera que es factor primordial para poder acudir constantemente a un restaurante?.....	39
Figura 15	A continuación, se enlista algunos platos tradicionales de la región Sierra, que se elaboran actualmente en el sitio, señala uno que sea de tu preferencia	40
Figura 16	Con respecto a la pregunta anterior, que otro plato recomienda que se debe ofrecer en el menú de un restaurante de comida tradicional.....	41
Figura 17	Recomendación del lugar.....	42
Figura 18	¿Cuál es el gasto promedio que realiza en un restaurante de comida tradicional cuando va en familia?	43
Figura 19	¿Qué método de pago es preferido?	44
Figura 20	¿Cuál es su preferencia en cuanto a la manera de solicitar y pagar por su orden en un restaurante?.....	45
Figura 21	46
Figura 22	¿Le gustaría que el restaurante cuente con un espacio donde se muestre elementos de la cultura de los Andes como es: ¿El Chagra?.....	47
Figura 23	Aparte del restaurante, ¿Qué otro tipo de actividades le gustaría disfrutar en este sitio?	48
Figura 24	Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales?	49
Figura 25	De cuánto tiempo dispondría para desarrollar la actividad que escogió anteriormente	50
Figura 26	¿Cómo le gustaría que fuera las promociones?.....	51
Figura 27	Menú	63
Figura 28	Caldo de gallina	64
Figura 29	Caldo de pata.....	65
Figura 30	Locro de cuy.....	66
Figura 31	Tortillas con caucara	67

Figura 32	Papas con cuero y librillo.....	68
Figura 33	Yaguarlocro.....	69
Figura 34	Cuy Asado.....	70
Figura 35	Chicha de jora	71
Figura 36	Pristiños con miel.....	72
Figura 37	Flujograma de proceso de atención.....	73
Figura 38	Flujograma del proceso de almacenamiento de materia prima.....	74
Figura 39	Flujograma de la elaboración de los platos del menú	75
Figura 40	Flujograma de limpieza.....	76
Figura 41	Flujograma del cajero.....	77
Figura 42	Canales de distribución	78
Figura 43	Imagen corporativa del restaurante	79
Figura 44	Cielo	80
Figura 45	Andino.....	80
Figura 46	Restaurante.....	80
Figura 47	Microlocalización.....	83
Figura 48	Visualización general de la distribución del restaurante.....	91
Figura 49	Plano de la distribución de la planta baja.....	92
Figura 50	Plano de la distribución de la planta central.	97
Figura 51	Organigrama estructural del establecimiento.....	105
Figura 52	Organigrama funcional del establecimiento	106
Figura 53	Reloj biométrico.....	114

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título

“Propuesta de factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional en el Barrio Güitig Alto, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha”

Lugar de ejecución.

Barrio Guitig Alto, Parroquia de Machachi, cantón Mejía, provincia de Pichincha, zona 2.

Institución, unidad académica y carrera que auspicia

Universidad Técnica de Cotopaxi

Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

Licenciatura en Turismo

Nombres de equipo de investigadores

Tutor: Ing. M.S.c. Milton Alberto Sampedro Arrieta

Correo electrónico institucional: milton.sampedro@.utc.edu.ec

Número telefónico: 0984509068

Estudiante- Investigador: Adriana Lizbeth Changoluisa Paneluisa

Correo electrónico institucional: adriana.changoluisa3709@utc.edu.ec

Número telefónico: 0981430965

Área de Conocimiento

Servicios

Línea de investigación:

Planificación y gestión del turismo sostenible.

Sub línea de investigación

Análisis del turismo.

2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El turismo es un sector de gran dinamismo e importante para la economía de los países receptores, el cual está compuesto por varios sectores económicos como hotelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros, lo que lo convierte en una de las industrias más grandes del mundo (Ortiz, 2014), el sector turístico abarca una amplia variedad de subsectores empresariales y la calidad del servicio turístico, así como la satisfacción de los clientes, son elementos clave para atraer turistas y promover el desarrollo turístico de un lugar.

La alimentación es una de las necesidades fundamentales de la humanidad, y numerosas empresas de alimentos y bebidas, ya sean a grande, mediana o pequeña escala, surgen para atender esta demanda (Clavijo & Chavez, 2016). En este contexto, el restaurante desempeña un papel crucial en la experiencia del turista, permitiendo explorar la cultura a través de la variedad gastronómica que se oferta en cierto lugar.

Según (Rodríguez, 2008) “La gastronomía forma parte del turismo cultural y la culinaria ocupa un sitio privilegiado, contribuyendo para la valoración de la cultura e identidad de la región, además de la preservación de su patrimonio”. En este contexto, la creación de un restaurante de comida tradicional no solo contribuye a preservar y promover la identidad gastronómica local, sino que también representa una oportunidad para la familia Paneluisa, ha estado ofreciendo platos tradicionales de manera experimental durante más de 20 años, ahora busca determinar si es factible realizar una inversión para establecer un restaurante de comida tradicional.

Por tanto, es necesario elaborar un estudio de factibilidad y analizar los diferentes estudios (estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico financiero) que permitan conocer de mejor manera el plan de negocio y determinar su viabilidad. Esto se debe a que anteriormente no se ha realizado un estudio de factibilidad, lo cual es crucial para evitar posibles fracasos.(Asana, 2022).

3. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

3.1 Beneficiarios Directos

Los beneficiarios directos son aquellos que reciben los beneficios de manera inmediata y directa, los mismos que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1

Beneficiarios Directos

Beneficiarios Directos	
Inversionistas	2
Residentes del barrio	70 familias
Proveedores	10
Colaboradores	5

Nota: Según lo indicado por el **presidente** del barrio Gütig Alto, como fuente primaria se estima que en el barrio existe alrededor de 70 familias.

3.2 Beneficiarios Indirectos

Los beneficiarios indirectos son aquellas personas que obtienen beneficios sin ser destinatarios principales del proyecto, presentados a continuación:

Tabla 2

Beneficiarios Indirectos

Beneficiarios Indirectos	
Población de Mejía	108.167 habitantes
Población de la parroquia de Machachi	16.515 habitantes

Nota: Según censo INEC 2010 tomado de (Coronel, 2022, p. 4)

4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A nivel mundial, la globalización es un fenómeno que ha intervenido en todos los campos de la vida, tanto en aspectos positivos como la mejora relaciones entre países, desarrollando convenios y acuerdos, pero también negativos como la imposición de culturas extranjeras que resultan en la pérdida de tradiciones propias.(Requena,2017 citado por Pineda,2022).

Es preocupante ver cómo la identidad gastronómica del Ecuador se está perdiendo gradualmente, especialmente en lo que respecta a los platos culinarios propios de cada región. Cada vez más personas optan por consumir productos que no son tradicionales del país, lo cual está teniendo un impacto negativo en la gastronomía. Como resultado, se está desvalorizando y perdiendo nuestra identidad culinaria única y diversa.(Jaramillo & Lozada, 2019) . Esta pérdida de identidad se debe en parte a la aculturación, donde muchas personas adoptan culturas ajenas y prefieren productos extranjeros en lugar de los platos tradicionales del país.

Cada provincia del Ecuador tiene sus propias costumbres y tradiciones gastronómicas únicas. Sin embargo, se ha observado una proliferación de cadenas de comida rápida, lo que ha llevado a una especie de "invasión gastronómica" promoviendo el consumo de alimentos procesados y rápidos, lo que ha tenido como consecuencia que las comidas típicas y tradicionales sean relegadas y q (Tapia, 2016) , Al establecer un restaurante que se especialice en platos tradicionales, se puede ofrecer a los habitantes y visitantes la oportunidad de disfrutar de la auténtica cocina ecuatoriana, conocer las costumbres y tradiciones gastronómicas.

La presencia de franquicias en la cultura gastronómica local puede tener consecuencias negativas para la diversidad y autenticidad de la comida; la globalización, impulsada en gran medida por estas empresas, ha llevado a una estandarización de los alimentos en distintas partes del mundo (Serna, 2023). La presencia de franquicias y restaurantes de comida rápida cada vez son más notable en la ciudad de Machachi, promoviendo sus propias marcas y productos, lo que resulta en una reducción de la variedad y originalidad en la gastronomía local.

5.OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Elaborar una propuesta de factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional, utilizando técnicas en la formulación de proyectos, en el barrio Güitig Alto, cantón Mejía, provincia de Pichincha.

5.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado analizando la oferta y la demanda, para conocer el perfil del turista que visita el cantón Mejía.
- Desarrollar el estudio técnico mediante la ingeniería del proyecto, requerimiento y un análisis ambiental, para el diseño del mismo.
- Elaborar el marco administrativo/legal del restaurante, por medio un diseño organizacional, una dirección y un control.
- Realizar un estudio financiero y análisis de evaluación financiera que permita determinar el monto de las inversiones y la viabilidad del proyecto.

6. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS

Tabla 3

Sistematización de tareas

OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESULTADO ESPERADO	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Objetivo Especifico N°1			
Realizar un estudio de mercado analizando la oferta y la demanda, para conocer el perfil del turista que visita en cantón Mejía	1. Determinar el número de encuestas del mercado 2. Elaborar instrumentos para el levantamiento de información 3. Aplicación del instrumento 4. Análisis de resultados	Estudio de Mercado	Encuestas
Objetivo Especifico N°2			
Desarrollar el estudio técnico mediante la ingeniería del proyecto, requerimiento y estudio de impacto ambiental, para el diseño del mismo.	1. Revisión bibliográfica de la localización del proyecto (Maso y microlocalización) 2. Ingeniería del proyecto	Estudio Técnico	Planos
Objetivo Especifico N°3			
Elaborar el marco administrativo/legal del restaurante, por medio un diseño organizacional, una dirección y un control.	1. Elaboración de la planificación 2. Diseño Organizacional 3. Dirección 4. Control 5. Normativa Legal	Estudio administrativo-legal	Informe administrativo
Objetivo Especifico N°4			
Realizar un estudio financiero y una evaluación financiera que permita determinar el monto de las inversiones y la viabilidad del proyecto	1. Elaboración del plan de inversiones 2. Ventas del proyecto 3. Gastos del Recurso Humano 4. Resumen de costos y gastos 5. Flujos de gastos 6. V.A. N 7. T.I. R 8. Costo/Beneficio 9. Beneficio Social	Estudio Financiero	Informe Financiero

7. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

7.1. Marco legal

Con el fin de promover el presente estudio, se sustenta en los aspectos legales enfocados específicamente con el desarrollo del turismo y la implementación de un establecimiento de alimentos y bebidas.

7.1.1. Constitución de la República del Ecuador

El artículo 13 menciona que:

“Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.”(Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 24)

Al llevar a cabo un estudio de factibilidad para abrir un restaurante de comida tradicional, es fundamental tener en cuenta estos aspectos y asegurarse de que los alimentos que se ofrezcan cumplan con los requisitos establecidos.

De acuerdo con el artículo 14 señala que:

“Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág.24)

El artículo mencionado destaca la importancia del buen vivir, que implica una visión integral del bienestar que va más allá de lo material. En el contexto del restaurante se plantea promover una experiencia culinaria que no solo se enfoque en la calidad de los platos, sino también en la conexión con la cultura local, el respeto por la diversidad y la promoción de prácticas éticas y responsables.

Según el artículo 66 menciona que:

“Se reconocer y garantiza a las personas: *Numeral 13*: El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria *Numeral 15*: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad, social y ambiental. *Numeral 25*: El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como

recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características”. (Constitución de la República del Ecuador, 2008, págs. 48,49,50)

El presente artículo reconoce el derecho a asociarse para colaborar y compartir recursos, conocimientos y experiencias en el desarrollo del negocio, así como también implica considerar aspectos como la responsabilidad ambiental, apoyo a proveedores locales y la promoción de prácticas éticas.

7.1.2 Ley de Turismo

Según el artículo 02 señala que:

“Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Ley de Turismo, 2014, pág.1)

Al mencionar el concepto de turismo, también se hace alusión a los elementos y servicios que cumplen con las necesidades del turista durante su viaje y estadía en un lugar específico, lo cual se conoce como planta turística. En este sentido, el restaurante se considera como un servicio de alimentos y bebidas dentro de la planta turística, y su viabilidad estará sujeta a factores como la demanda turística

De acuerdo con el artículo 3 señala que:

Son principios de la actividad turística, los siguientes: a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional; b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización; c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas; d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y, e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.(Ley de Turismo, 2014, págs. 1,2)

Estos principios son relevantes para el estudio de factibilidad del restaurante de comida tradicional, ya que se deben considerar aspectos como la inversión privada, la promoción turística, la infraestructura disponible, la conservación de los recursos naturales y culturales, y la participación de la comunidad local.

Por su parte el artículo 5, señala que:

“Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: a. Alojamiento; b. Servicio de alimentos y bebidas; c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables”

El servicio de alimentos y bebidas es una parte esencial de las actividades turísticas y desempeña un papel fundamental en el desarrollo del turismo en Ecuador.

7.1.3 Reglamento Turístico de Alimentos y bebidas

El artículo 4, definiciones señala que:

numeral 11. “Establecimiento turístico de alimentos y bebidas: Son los establecimientos permanentes, estacionales y/o móviles donde se elaboran, expenden comidas preparadas y/o bebidas para el consumo y que cumplan con los parámetros determinados en el presente reglamento y que se encuentran registrados ante la Autoridad Nacional de Turismo”(Ministerio de Turismo, 2018)

Para que el restaurante pueda ser considerado un establecimiento turístico, deberá cumplir con los parámetros establecidos en el reglamento y estar registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.

De acuerdo con el artículo 16 señala que:

Según el tipo de cocina.- Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas clasificados como cafetería, bar, restaurante establecimiento móvil y servicio de catering deberán informar, a través del sistema determinado por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de cocina que estos ofrezcan a sus usuarios de acuerdo a lo establecido en el (Anexo A) de este reglamento.(Ministerio de Turismo, 2018)

En el contexto de un estudio de factibilidad para la creación de un restaurante de comida tradicional, este artículo es importante para determinar el tipo de cocina que se ofrecerá en el establecimiento.

Por su parte el artículo 18 señala que:

Categorización. - Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se categorizarán mediante un sistema de puntuación, obtenida de acuerdo al cumplimiento de requisitos establecidos en este reglamento. Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán de la siguiente manera: a) Las cafeterías se categorizarán en: (2) dos tazas y (1) una taza, siendo (2) dos tazas la mayor categoría y (1) una taza la menor categoría; b) Los restaurantes se categorizarán en: (5) cinco, (4) cuatro, (3) tres, (2) dos y (1) un tenedor, siendo (5) cinco tenedores la mayor categoría y un (1) tenedor la menor categoría;c) Los bares y discotecas se categorizarán en: (3) tres, (2) dos y (1) una copa siendo (3) tres copas la mayor categoría y (1) una copa la menor categoría; y,d) Los establecimientos móviles, plazas de comida y servicio de catering se categorizarán como categoría única.(Ministerio de Turismo, 2018)

Para la creación de un restaurante de comida tradicional, este artículo es relevante para determinar en qué categoría se clasificaría el establecimiento. Esto sería útil para evaluar el nivel de cumplimiento de los requisitos establecidos en el reglamento y para determinar la posición del restaurante dentro de la categorización establecida.

7.1.4. Ley de defensa del artesano

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente (Ecuador, C. N.,1997)

Al tratarse de un restaurante de comida tradicional es importante tener en cuenta que la Ley de Defensa del Artesano busca proteger los derechos de los artesanos en general, sin importar la rama en la que se encuentren. Esto incluiría a los artesanos que se dedican a la elaboración de comida tradicional.

7.2. Turismo

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio.” (World Tourism Organization (UNWTO), 2010), de este modo el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

En el contexto de un restaurante de comida tradicional, esto implica que el establecimiento podría atraer a turistas que buscan experimentar la gastronomía local y sumergirse en la cultura culinaria de la región. Además, el turismo puede ser una fuente de ingresos y oportunidades económicas para el restaurante, ya que los turistas suelen gastar en alimentos y bebidas durante sus viajes.

7.3. Tipos de turismo según tipo

Según la Organización Mundial del Turismo, citado por (Reali, 2021), existen diferentes tipos de turismo que se clasifican según el destino y el objetivo del viaje:

7.3.1. Turismo Rural

El turismo rural es una actividad turística en la que la experiencia del visitante está relacionada con una amplia gama de productos generalmente vinculados a actividades basadas en la naturaleza, la agricultura, el estilo de vida/cultura rural, la pesca y el turismo. Las actividades de turismo rural tienen lugar en áreas no urbanas (rurales) con características específicas. (OSTELEA, 2021)

7.3.2. Ecoturismo

El ecoturismo es un tipo de turismo que generalmente se lleva a cabo en destinos con características geográficas y paisajes específicos, y tiende a estar asociado con una actividad física, intercambio cultural, interacción y compromiso con la naturaleza.

El ecoturismo busca minimizar los impactos negativos en el medio ambiente natural y sociocultural, y aumentar la conciencia sobre la conservación de los recursos naturales y culturales.(Díaz. P., 2018).

7.3.3 Turismo de aventura

El turismo de aventura es un tipo de turismo que se caracteriza por actividades emocionantes y desafiantes que generalmente se llevan a cabo en entornos naturales. Este tipo de turismo suele estar asociado con actividades como el senderismo, el montañismo, el rafting, el buceo, entre otros, y busca brindar experiencias únicas y emocionantes a los viajeros.(Pérez, 2022)

7.3.4. Turismo Cultural

El turismo cultural abarca todas las actividades y experiencias relacionadas con la cultura que atraen y promueven el turismo. Se trata de sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que definen su identidad y carácter. Además, se fundamenta en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. (Paredes, 2011)

7.3. 5 Turismo de Negocios

De acuerdo a (Villena, 2014), el turismo de negocios implica viajar con el propósito de realizar actividades comerciales, asistir a conferencias, ferias comerciales, reuniones y eventos relacionados con el trabajo. Este tipo de turismo está orientado a profesionales y empresarios que buscan establecer contactos comerciales, realizar negocios y promover sus empresas.

7.3.6. Turismo Gastronómico

Según (Organizacion Mundial del Turismo UNWTO, 2019, pág. 8), el turismo gastronómico es un tipo actividad turística que se define por la experiencia de los viajeros durante su viaje, que implica actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de degustar comidas auténticas, tradicionales e innovadoras, este tipo de turismo puede comprender otras experiencias, como visitas a productores locales, festivales gastronómicos o clases de cocina.

7.4. Gastronomía

La gastronomía se puede describir como un conjunto de saberes y prácticas relacionadas con los ingredientes, las recetas y las técnicas culinarias, así como su evolución a lo largo de la historia. Los platos que se preparan en cada región del mundo son un reflejo de su identidad y, al igual que otras manifestaciones culturales, tienen una relevancia no solo desde el punto de vista nutricional, sino también desde una perspectiva cultural. (Soria, 2020).

7.4.1. Gastronomía típica

La comida típica se refiere a los platos que son reconocidos y representativos de una provincia, región o país en particular. Estos platos suelen ser populares y apreciados por la mayoría de las personas en ese lugar, y a menudo se replican masivamente. No todos los platos típicos son tradicionales, y viceversa. (Fusté-Forné, 2016)

7.4.2. Gastronomía tradicional

La gastronomía tradicional se refiere a la tradición culinaria transmitida de generación en generación en una cultura y región específica. Está arraigada en la historia y la identidad de un lugar, y se caracteriza por el uso de ingredientes y técnicas culinarias que han sido practicados durante muchas generaciones. (Barrera, 2021)

7.5. Gastronomía Ecuatoriana

A pesar de ser un país pequeño, Ecuador tiene una gastronomía muy diversa y amplia debido a sus cuatro regiones: Costa, Sierra, Oriente e Insular. Cada una de estas regiones tiene sus propias costumbres y tradiciones culinarias, y la ubicación geográfica del país influye en las diferentes formas de cocinar los ingredientes, lo que resulta en platos exquisitos y auténticos. Esta autenticidad gastronómica ha llevado a que las familias ecuatorianas no solo preparen estos platos en fiestas y celebraciones, sino que también formen parte de la dieta diaria de los ecuatorianos. Esto ha contribuido a mantener y fortalecer las raíces culturales del país. (Oñate et al., 2018)

7.5.1. Gastronomía típica ecuatoriana

Bravo (2019) citado por (Sarabia, 2022) menciona los platos típicos más conocidos en Ecuador divididos por regiones:

- **Región Costa:** Encebollado, Ceviche, Tapado arrecho, Cazuela de mariscos, Encocado de Pescado, Menestrón, Corviche, Bolón de verde, Viche de camarón, Bollo de pescado, Arroz con menestra, Seco de pollo, Caldo de salchicha, Tigrillo, Guatita, Empanadas de verde.
- **Región Sierra:** Caldo de pata, Fritada, Cuy, Llapingacho, Locro de papas, Humitas, Hornado, Yahuarlocro, Mote pillo, Fanesca, Seco de chivo, Tortillas de maíz, Tripa miski, Choclos con queso, Chicha de jora, Quimbolitos.
- **Región Amazónica:** Mayones o Chotacuros, Chicha de yuca o chonta, Maito de pescado
- **Región Insular:** Arroz con camarón, Sopa marinera

Cada uno de los platos mencionados tiene su propia herencia culinaria, y generalmente se siguen recetas precisas por parte de los cocineros. En el caso particular de estudio, se basa en los diferentes platos típicos de la región Sierra, pero su singularidad radica en la forma de preparación y el sabor que se ha mantenido durante dos décadas. La tradición es la característica distintiva en este sentido.

7.6. Restaurante.

Es un establecimiento donde su actividad es transformar y expender alimentos y bebidas. Según en (MINISTERIO DE TURISMO, 2018) dichos establecimientos pueden vender tanto bebidas alcohólicas como no a alcohólicas, por otro lado, pueden ofrecer servicio de cafetería y según la categoría pueden tener opciones de autoservicio disponible.

7.6.1 Servicio.

Conjunto de prestaciones al cliente y/o usuario. Se puede considerar también como las tareas y/o actividades que se realizan en una empresa u organización para satisfacer las exigencias y necesidades de sus clientes (bde, 2022)

7.6.2. Menú.

Es un método de comunicación y venta que se utiliza para ofrecer selecciones de alimentos y bebidas a los consumidores a través de una lista de platos entre los que pueden elegir. El personal de servicio es el encargado de tomar los pedidos en mesa y brindar atención al cliente. (MINISTERIO DE TURISMO, 2018, pág. 9)

7.7. Estudio de factibilidad.

Según (Pazos, 2001) “El objetivo del estudio de factibilidad es proveer la información necesaria para decidir la conveniencia de ejecutar el proyecto y las características con las que debe realizarse con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos.”, para que una empresa asegure su éxito y conocer las condiciones en las que debe llevarse a cabo, se debe realizar una evaluación para conocer información precisa para determinar la viabilidad.

7.8. Estudio de mercado.

Según Benassini (2009), como citan a los autores Quishpe & Toapanta (2023), el estudio de mercado es la recopilación, registro y análisis de hechos que están relacionados con actividades de la empresa, instituciones y personas comunes que contribuyen a entender de su entorno, además permite identificar ciertos problemas y oportunidades que posee el lugar, para valorar y sea de ayuda al momento de tomar decisiones, es decir que el estudio de mercado nos ayuda a determinar las principales características de los consumidores, sus hábitos de consumo, lugares de consumo, preferencia, gustos y requerimientos que tienen las personas con el fin de ofrecer un adecuado servicio, además es la base preliminar para el análisis técnico, financiero

7.9. Estudio Técnico.

Mediante esta factibilidad se establece si el sistema propuesto puede desarrollarse con los recursos técnicos con que cuenta el equipo de desarrollo, esto se hace considerando la disponibilidad de los recursos existentes en términos de hardware, software y recurso humano, ósea la existencia de tecnología y el conocimiento necesario para establecer que sea factible técnicamente el desarrollo del proyecto(Contreras et al., 2011)

7.10. Estudio administrativo y legal.

El estudio actual abordará aspectos administrativos, legales, organizativos, estratégicos y operativos que se implementarán. En la actualidad, las empresas están sujetas a requisitos legales obligatorios que se ajustan a las necesidades y expectativas de la sociedad. (Nuñez, 2020)

7.11. Factibilidad Económica.

El estudio de factibilidad económica permite realizar una evaluación sobre la conveniencia de invertir o no en un proyecto determinado. Dicha factibilidad se establece

detallando todos aquellos costos involucrados en el desarrollo, implementación y operación del nuevo sistema que se plantea, y realizar una comparación Costo-Beneficio entre mantener un sistema antiguo o desarrollar un nuevo sistema(Cevallos, 2010)

8. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Es factible la creación de un restaurante de comida tradicional ecuatoriana en el Barrio Güitig Alto?

La creación de un restaurante de comida tradicional ecuatoriana en el Barrio Güitig Alto es factible. Según los resultados de un estudio de mercado realizado, se encontró una demanda insatisfecha en la zona y un porcentaje de encuestados que están de acuerdo con la creación del restaurante. Además, se identificó que la comida tradicional ecuatoriana es aceptada, lo que indica un potencial mercado para este tipo de establecimiento.

El estudio técnico respalda la viabilidad del proyecto, ya que se determinó el tamaño adecuado del restaurante y se estableció una capacidad de producción acorde a la demanda estimada, en cuanto al estudio administrativo-legal, se elaboró un organigrama estructural y se establecieron costos para los diferentes departamentos del restaurante. En el estudio económico-financiero, se determinaron las inversiones necesarias, los ingresos y egresos proyectados, así como los estados financieros del proyecto.

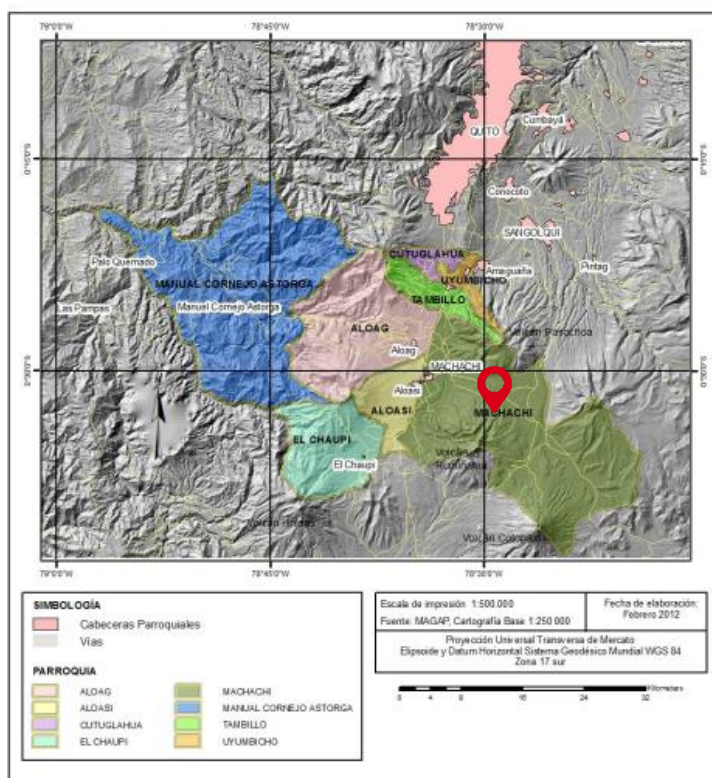
La evaluación financiera utilizando el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) arrojaron resultados positivos, lo que indica que el proyecto es rentable. En conclusión, considerando los resultados obtenidos en los diferentes estudios realizados, se puede afirmar que la creación de un restaurante de comida tradicional ecuatoriana en el Barrio Güitig Alto es factible y tiene el potencial de contribuir al fortalecimiento del sector turístico en la zona.

9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

9.1. Descripción del área de estudio

Figura 1

División parroquial del Cantón Mejía



Nota: Adoptado de (Silva R., 2012, pág.11)

El cantón Mejía se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, ubicado en la parte sur oriente, cuenta con una superficie de 1.410,82 km². Su cabecera cantonal es la ciudad de Machachi, donde se centra gran parte de su población total. Limita al norte con el Rumiñahui, D.M. de Quito y Santo Domingo, al sur con la provincia de Cotopaxi, al este con la provincia de Napo y al oeste con Sigchos y Santo Domingo de los Tsáchilas (Prefectura de Pichincha, 2017)

Según el (Gobierno Autónomo Descentralizado De Mejía, 2020) menciona que además de Machachi, el cantón incluye varias parroquias rurales, como Alóag, Aloasí, Cutuglagua, El Chaupi, Cornejo Astorga (Tandapi), Tambillo y Uyumbicho, con respecto a la economía, Mejía se sustenta en la industria, agricultura, ganadería, servicios y turismo. (Gobierno Autónomo Descentralizado De Mejía, 2020.)

El lugar donde se plantea implementar el proyecto es uno de los barrios rurales que conforma la parroquia de Machachi, específicamente en el Barrio Guitig Alto, el cual ha experimentado un aumento en la afluencia de turistas desde la intervención del municipio de Mejía y la prefectura de Pichincha con del desarrollo de la nueva red vial de asfaltado de la vía Gütig-El Pedregal (Prefectura de Pichincha, 2021). Convirtiéndolo así, en un área de influencia directa para la llegada al Parque Nacional Cotopaxi (entrada Norte), la cascada de Fuego, varias haciendas turísticas. Además, también se ofrecen rutas alternativas para realizar trekking en diferentes elevaciones volcánicas y rutas ciclistas.

La investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque descriptivo de eje transversal, dividido en 4 fases que son: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo-legal y estudio financiero, con el fin de conocer la factibilidad del proyecto.

9.2. Objetivo 1: Estudio de Mercado

El objetivo principal de este estudio es determinar si existe un mercado disponible para el producto que se va a ofrecer. Por lo tanto, es importante presentar datos que demuestren la existencia de un mercado insatisfecho. A continuación, se describe la estructura del estudio de mercado a través de cada una de las actividades a realizar:

Actividad 1. Determinar el número de encuestas del mercado

Para determinar el número de encuestas, se basó en una técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, la cual el investigador selecciona muestras basadas en juicios subjetivos en lugar de hacer la selección al azar.

En este caso particular, se trabaja con un nicho de mercado ya establecido previamente, (91 encuestados) debido a que ya se cuenta con comensales que acuden los fines de semana a consumir los productos en el emprendimiento.

Actividad 2 Elaborar la encuesta para el levantamiento de información

Se elaboró el instrumento de recolección de datos para aplicar tanto a la demanda como a la oferta, mediante revisión bibliográfica donde se estableció tres puntos: Presentación y justificación del estudio, preguntas claves para los objetivos de la investigación, agradecimiento por la colaboración prestada.

Actividad 3. Aplicar el instrumento

Para encuestas a la demanda, se realizaron 8 salidas de campo los sábados y domingos durante un mes. Durante estas salidas, se recopilaron datos de 91 personas que visitaron el establecimiento con el fin de determinar sus gustos y preferencias, es importante destacar que el establecimiento se concentra en atender los fines de semana, por lo que se eligieron esos días para realizar la investigación. Por otro lado, para estudiar la oferta, se realizaron 2 salidas de campo para conocer la competencia directa, solicitando información de precios, tipos de menú y datos importantes para calcular la demanda insatisfecha

Tabla 4
Planificación Semanal

Número de encuestas aplicadas a la demanda			
Semana 1	Sábado 22 de Julio	10 encuestados	20 encuestados
	Domingo 23 de Julio	10 encuestados	
Semana 2	Sábado 29 de Julio	10 encuestados	20 encuestados
	Domingo 30 de Julio	10 encuestados	
Semana 3	Sábado 05 de Agosto	12 encuestados	25 encuestados
	Domingo 06 de Agosto	13 encuestados	
Semana 4	Sábado 12 de Agosto	12 encuestados	26 encuestados
	Domingo 13 de Agosto	14 encuestados	
TOTAL			91 encuestados
Número de encuestas aplicadas a la oferta			
Semana 5	Lunes 14 de Agosto: Ruta de los Volcanes, hacienda Santa Ana y hacienda el Sinche		3 encuestas
Semana 6	Martes 15 de Agosto: Rincón de la tía LÍ, La posada del chagra		2 encuestas
TOTAL			5 encuestas

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Investigación de Campo

Hernández, Fernández y Baptista (2010) citado por (Ocampo, 2020) “Este método de recolección de datos consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías (pág. 260). En este contexto en particular, la metodología utilizada consistió en recopilar información directamente de los participantes de la investigación.

Para el primer objetivo, estudio de mercado, se realizó salidas de campo donde se aplicaron encuestas a los comensales que visitaban el lugar donde ya se elabora los platos tradicionales, permitiendo obtener información sobre el perfil del turista estudiado, a través de variables que revelaron sus preferencias y gustos.

Por otro lado, se llevó a cabo una encuesta a la oferta existente que proporciona los mismos servicios en el mismo lugar. Este análisis nos permite evaluar la disponibilidad y la competencia en el mercado en términos de productos y servicios similares. De esta manera, se realizó una encuesta en la que se incluyó una pregunta clave que nos ayudará a calcular la demanda insatisfecha. Los lugares donde se llevó a cabo la encuesta fueron: Ruta de los volcanes, Rincón de la Tía Li, La posada del Chagra, Hacienda Santa Ana, Hacienda El Sinche.

Técnicas e instrumentos

Muestreo por Conveniencia

La técnica de muestreo por conveniencia permite al investigador seleccionar sujetos que estén cerca y sean accesibles. En este caso, la encuesta se aplicó a 91 comensales que acudían a probar los platos los fines de semana, con el tiempo límite de 4 semanas

Encuesta

1. Presentación y justificación del estudio: Se busca explicar la importancia y relevancia del tema de investigación, así como los motivos que respaldan la realización del estudio.

2. Preguntas claves para los objetivos de la investigación: Estas preguntas se dividen en los siguientes criterios:

Tabla 5.

Criterios de segmentación de la demanda

Segmentación geográfica	País, región, ciudad de residencia
Segmentación demográfica	Nacionalidad, edad, estado civil, oficio u ocupación
Segmentación psicográfica	Estilo de vida, necesidades, deseos, anhelos, sentimientos e intereses, opinión
Segmentación conductual	Frecuencia de compra, beneficios buscados, gasto promedio, forma de pago.

Nota: Changoluisa Adriana

Tabla 6*Criterios para tomar en cuenta en la oferta*

01. Propuesta de valor
02. Horario de atención
03. Capacidad de aforo
04. Número de clientes que recibe al año
05. Meses que recibe más clientes
06. Grupos de clientes que más recibe
07. Qué tipo de comida ofrece
08. Precio
09. Platos preferidos por los comensales
10. Método para comercializar los productos

3. Agradecimiento por la colaboración prestada

Método de crecimiento poblacional

Para calcular la demanda insatisfecha se recurrió a utilizar el método de crecimiento población, debido a que no se cuenta con documentos históricos, tanto de la oferta como la demanda.

$$P_n = P_0(1 + i)^n$$

Datos: P_0 = Población inicial i = Índice de crecimiento n = Número de años P_n = Proyecciones para cada año**Remplazando los datos tenemos:** P_0 = Población inicial $i = 3\% * 100 = 0.03$ $n = 5$ $P_n = ?$

Receta estándar

Se empleo para la descripción de cada platillo, tomando como referencia las recetas estándar elaborado por la autora (Urquiza, 2013) en el que se detalla la materia prima, los procedimientos y precios.

Flujogramas

Se establecen distintos flujogramas que permiten visualizar y comprender de manera clara y secuencial los diferentes procesos y actividades en el funcionamiento del restaurante.

9.3 Objetivo 2. Estudio Técnico

El segundo paso del presente estudio está enfocado en establecer parámetros con respecto a la magnitud, localización y operatividad del restaurante.

Dichos aspectos permiten el funcionamiento adecuado de las actividades a ejecutarse para lograr el óptimo desenvolvimiento en el mercado

Actividad 1. Revisión bibliográfica maso, meso micro

En la determinación de la ubicación adecuada para el proyecto, se ha dividido en dos aspectos clave con el fin de tomar decisiones más informadas que contribuyan al éxito y rentabilidad del proyecto. Estos aspectos son la macro localización y la micro localización.

Por otro lado, según el autor (Álvarez, 2003), considera que la productividad de la localización de un proyecto depende de varios factores que se dividen en decisivos, importantes y deseables por lo que se toma en cuenta la metodología, a través de la observación directa.

Actividad 2. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto, involucro la participación de la empresa de ingeniería civil, denominada INGENIUM, asegurando la aplicación de conocimientos técnicos especializados en la creación del restaurante, mientras que la asesoría de una chef garantizó la alineación del diseño del restaurante y del menú. En este caso en particular, el inicio de la ingeniería del proyecto se basó en la infraestructura ya existente en el terreno seleccionado para la construcción, lo que asegura la optimización de los recursos existentes y la creación de un espacio funcional que aprovecha al máximo las instalaciones preexistentes. Por otro lado, el estudio de mercado previamente elaborado desempeña un papel fundamental en este contexto debido a la comprensión de las preferencia y necesidades de los potenciales clientes, lo cual puede influir en la selección de menú, el estilo y el ambiente del establecimiento.

Diseño de investigación

Proyectual

Según Sánchez (2022). Este método se aplica en todas las investigaciones que involucran diseños o creaciones destinadas a cubrir una necesidad y basadas en conocimientos previos. Se mencionó este método en esta sección debido a que se utilizó durante la elaboración de la ingeniería del proyecto con el propósito de presentar el diseño asistido por computadora correspondiente al restaurante a través de dibujos en 2D y 3D.

Descriptiva

En este análisis, se tuvieron en cuenta diferentes factores para determinar la ubicación ideal del restaurante, como la accesibilidad, la visibilidad y la proximidad a potenciales clientes. Además, se evaluaron las necesidades de espacio y se diseñó una distribución eficiente que permita una operación fluida y cómoda para el personal y los clientes.

Asimismo, se identificaron los equipos necesarios para la cocina y el área de servicio, considerando las necesidades específicas del restaurante, como la capacidad de producción, la conservación de alimentos y la presentación de platos. Además, se tuvieron en cuenta los requisitos de infraestructura, como la instalación eléctrica, de plomería y de ventilación, para garantizar un funcionamiento adecuado y seguro del restaurante.

Técnicas e instrumentos

Diseño gráfico:

El diseño gráfico se utiliza para la creación visual de elementos como el logotipo y el menú. Estos elementos gráficos son fundamentales en la composición visual y ayudan a transmitir el mensaje final del establecimiento.

Autocad y SketchUp:

A través de las herramientas de diseño asistido por computadora denominado Autocad y SketchUp se utilizaron para crear planos y diseños arquitectónicos del restaurante, lo cual es importante para la planificación del espacio y de la distribución de cada uno de los elementos físicos.

9.4. Objetivo 3. Estudio Administrativo-legal

El estudio administrativo legal en el contexto de la creación de un restaurante abarca varios aspectos importantes como la planificación, la organización, la dirección y el control.

Actividad 1. Elaboración de la planificación

En esta etapa se diseñó un plan detallado para la ejecución y operación del restaurante. Esto incluyó la planificación de recursos humanos, la estimación de costos de inversión y operación

Actividad 2. Diseño Organizacional

Se estableció una estructura organizativa del restaurante Definiendo los roles y responsabilidades de cada puesto, desde el personal de cocina hasta el equipo de servicio al cliente

Actividad 3. Dirección

La dirección implicó la gestión diaria del restaurante. Incluyendo la supervisión del personal, la toma de decisiones operativas y la implementación de estrategias para alcanzar los objetivos del negocio

Actividad 4. Normativa legal

Para asegurarse de cumplir con los requisitos legales y normativas vigente se ha consultado las leyes y regulaciones locales relacionadas con la apertura y operación del restaurante, incluyendo permisos, licencias, requisitos de seguridad y protección ambiental, entre otros.

Nivel de investigación**Descriptivo**

A través del método descriptivo en la planificación se define el alcance y se establece la misión y la visión. En la organización del proyecto se determina la estructura organizativa, se definen los roles y responsabilidades de cada miembro del equipo, se establecen canales de comunicación y se fomenta la colaboración entre los participantes. En cuanto al control del proyecto, se implementan mecanismos de seguimiento y control para garantizar que el proyecto avance de acuerdo con lo planificado, monitoreando el progreso, identificando desviaciones y tomando acciones correctivas de ser necesario. Por último, se investigan y cumplen todas las regulaciones y normativas legales aplicables al proyecto, como permisos, licencias, requisitos de seguridad.

Investigación bibliográfica.

Se examinan los reglamentos establecidos para conocer los trámites correspondientes necesarios para la apertura y funcionamiento de un restaurante en Ecuador.

Técnicas e instrumentos

Organigrama:

Se utiliza para visualizar la estructura organizativa del restaurante. Esto implica representar gráficamente los diferentes departamentos, puestos y relaciones de autoridad en forma de un diagrama.

Matrices de control:

En esta matriz se plasman los objetivos de control que se intentan mitigar con el marco de control interno implementado.

Documentos legales:

Incluyen contratos, acuerdos, escrituras, testamentos, poderes notariales, entre otros. Estos documentos son utilizados para establecer derechos, obligaciones y acuerdos legales entre las partes involucradas.

9.5. Objetivo 4. Estudio Financiero

Actividad 1. Elaboración de un plan de inversiones

Se realizó un análisis para calcular los gastos y costos asociados con la ejecución del proyecto incluyendo los costos de inversión inicial, los costos operativos recurrentes, los costos de mano de obra, los costos de materiales y suministros, entre otros

Actividad 2. Ventas del proyecto

. También se efectuó una estimación para evaluar las fuentes potenciales de ingresos que generará el proyecto.

Actividad 3 Analisis del proyecto

Por último, se elaboró un análisis financiero completo que incluye indicadores como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión, para evaluar la rentabilidad del proyecto y tomar decisiones informadas sobre su viabilidad económica.

Indicadores financieros:

Se elabora un análisis financiero completo que incluye indicadores como el valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión. Estos indicadores ayudan a evaluar la rentabilidad del proyecto y tomar decisiones informadas sobre su viabilidad económica

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum B_{nt}/(1 + i)^n$$

Dónde:

I_0 = Tasa superior

B_{nt} = Beneficios netos

i = Tasa de descuento

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \left(\frac{VAN_i}{VAN_i - VAN_s} \right)$$

Dónde:

T_i = Tasa inferior o tasa de descuento

T_s = Tasa superior

VAN_i = Valor actual neto inferior

VAN_s = Valor actual neto superior

Hoja de cálculo Excel

Excel se utilizó para elaborar planes de inversión detallados, analizar estados financieros, calcular el flujo de efectivo proyectado, determinar el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), entre otras funciones.

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

10.1 ESTUDIO DE MERCADO

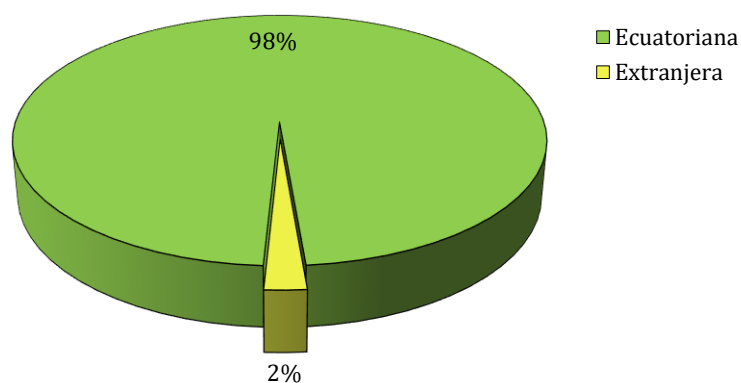
10.1.1. Resultados del estudio de la oferta

Los resultados obtenidos en la encuesta se presentan mediante gráficos para resaltar los datos y hallazgos de la investigación presentados a continuación:

Pregunta A. ¿Cuál es su nacionalidad?

Figura 2

¿Cuál es su nacionalidad?

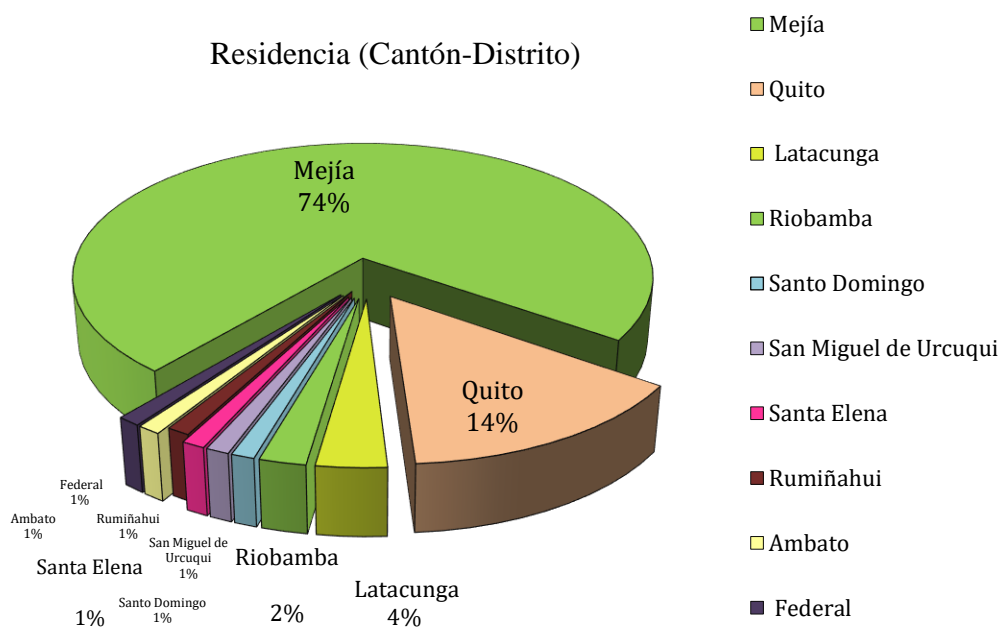


Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 98% de las personas encuestadas son ecuatorianas, mientras que el 2% restante son extranjeros. Este dato revela que el mercado principal del restaurante se encuentra enfocado principalmente en el segmento de clientes nacionales. Esta inclinación hacia este segmento influye en las estrategias de oferta y marketing del restaurante.

Pregunta B. ¿Cuál es su lugar de residencia actual?

Figura 3
¿Cuál es su lugar de residencia actual?



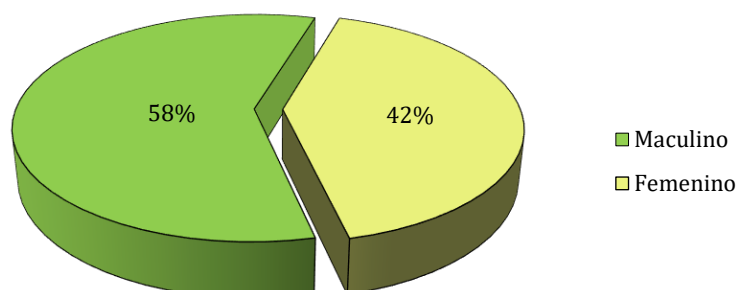
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El mayor porcentaje de encuestados, representando el 74%, reside en el cantón Mejía, seguido por el 14% que vive en el cantón Quito. Los demás cantones, como Riobamba, Latacunga, Santa Elena, Ambato, Rumiñahui, Santo Domingo, San Miguel de Urququi y el Distrito Federal de México, tienen porcentajes más pequeños menores al 5%.

Pregunta C. ¿Cuál es su género?

Figura 4

¿Cuál es su género?

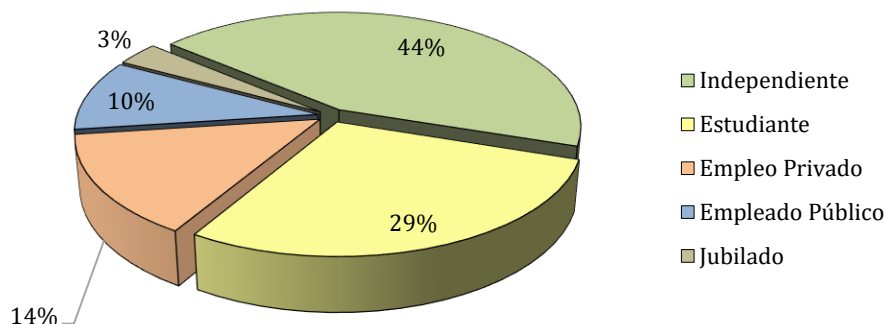


Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: La mayoría de los encuestados, aproximadamente el 58% pertenece al género masculino, lo cual indica que es crucial tener en cuenta sus gustos, preferencias y necesidades al tomar decisiones para el establecimiento. No obstante, es igualmente esencial no descuidar el mercado potencial que representan las mujeres, ya que conforman el 42% restante de la muestra. Por lo tanto, se debe realizar un análisis equitativo de ambos segmentos para maximizar las oportunidades de éxito y atraer a una amplia base de clientes.

Figura 5

¿Cuál es su ocupación?



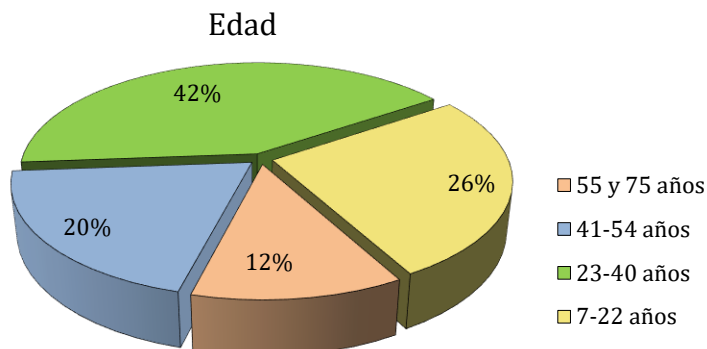
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 44% de los encuestados tienen un trabajo independiente, mientras que el 29% de encuestados son estudiantes, el 14% son empleados privados, el 10% son empleados públicos, mientras que el 3% son jubilados. La interpretación de los resultados revela la diversidad de situaciones laborales entre los encuestados. No obstante, la mayoría de los encuestados tienen un trabajo independiente, lo que sugiere que es probable que cuenten con horarios flexibles y estén dispuestos a visitar el establecimiento en diferentes momentos del día, este criterio nos proporciona información para determinar los horarios de atención.

Pregunta D. ¿A qué grupo de edad pertenece usted?

Figura 6

¿A qué grupo de edad pertenece usted?



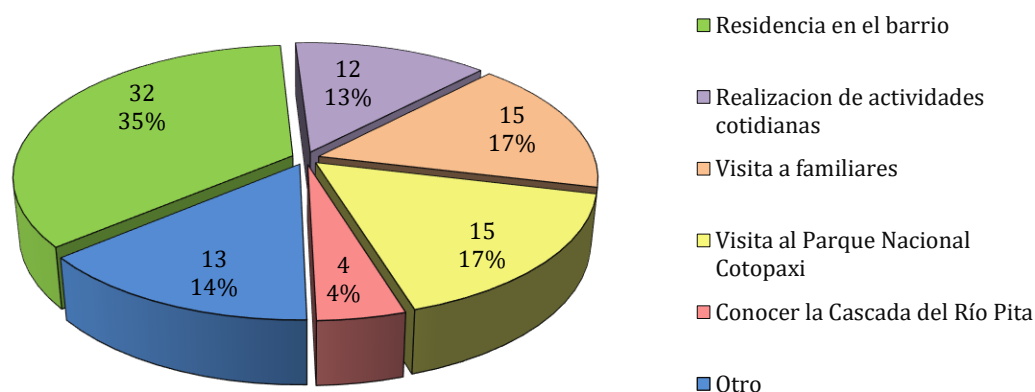
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: EL 42% de los encuestados posee un rango de edad de 23 a 40 años es decir a la generación de los Millennials, por otro lado, el 26% de los encuestados posee un rango de 7 a 22 años pertenecientes a la Generación Z, el 20% posee una edad de 41 a 54 años perteneciente a la Generación X y finalmente el 12% pertenece a un rango de 55 a 75 años perteneciente a la generación denominada Baby Boomers. Es importante considerar las características y preferencias de cada generación para adaptar las ofertas y servicios del restaurante y maximizar su atractivo para cada grupo. La mayoría de los encuestados pertenecen a la generación de los Millennials, quienes suelen ser activos en el consumo y están abiertos a probar nuevas experiencias. Por lo tanto, sería importante ofrecer opciones de menú y promociones que se ajusten a sus preferencias y estilos de vida.

Pregunta 1. ¿Cuál es el motivo por el que usted transita por el barrio Güitig Alto?

Figura 7

¿Cuál es el motivo por el que usted transita por el barrio Güitig Alto?



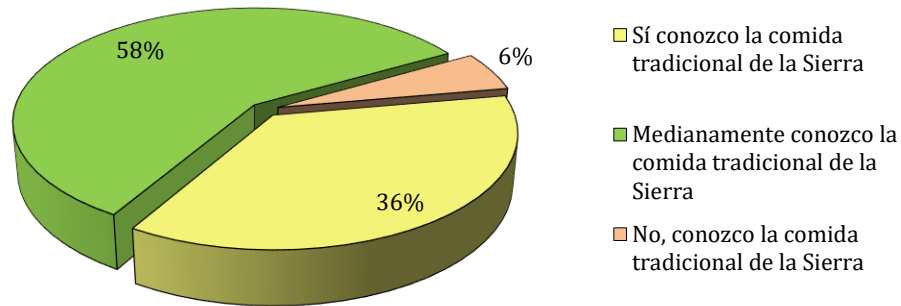
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: Con respecto a la motivación de las personas encuestadas, el 35% reside en el barrio, mientras que el 17% visita el Parque Nacional Cotopaxi, otro 17% menciona que su motivación es visitar a familiares. Por otro lado, el 13% realiza actividades cotidianas como la agricultura y ganadería. El 4% tiene como motivación conocer las cascadas del río Pita. Por último, el 14% de los encuestados menciona que sus motivaciones son otras, como el ciclismo, trekking, servicio de transporte turístico, eventos taurinos, presentaciones artísticas, actividades deportivas y servicio de transporte de animales. Los datos de la encuesta muestran que el restaurante tiene la oportunidad de atraer a diferentes segmentos de clientes como residentes locales, turistas, familias, sin embargo, la principal motivación para visitar el restaurante es que las personas encuestadas residen en el barrio. Esto significa que hay una base de clientes potenciales que viven cerca del establecimiento y podrían ser clientes frecuentes.

Pregunta 2. ¿Conoce usted la comida tradicional de la Sierra?

Figura 8

¿Conoce usted la comida tradicional de la Sierra?



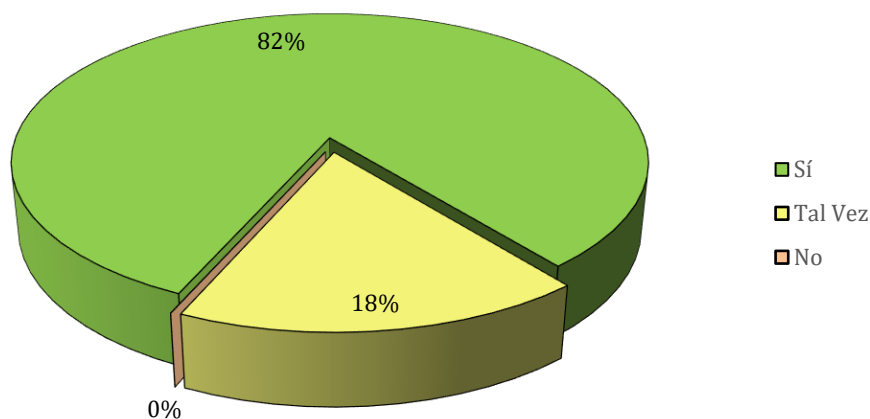
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 58% de los encuestados menciona que tiene un conocimiento medio de la comida tradicional de la Sierra. Por otro lado, el 36% de los encuestados afirma que sí conoce la comida tradicional de la Sierra. Finalmente, el 6% restante manifiesta que no conoce. Se puede interpretar que la competencia puede ser alta, ya que hay una proporción considerable de personas que ya conocen y están familiarizadas con esta cocina. Por lo tanto, es necesario desarrollar estrategias efectivas de diferenciación y promoción para atraer a los clientes y destacarse en el mercado.

Pregunta 3. ¿Estaría usted dispuesto a visitar un nuevo restaurante ubicado en el Barrio Güitig Alto que ofrezca comida típica de la Sierra?

Figura 9

¿Estaría dispuesto a visitar un nuevo restaurante en el Barrio Güitig Alto que ofrezca comida tradicional?



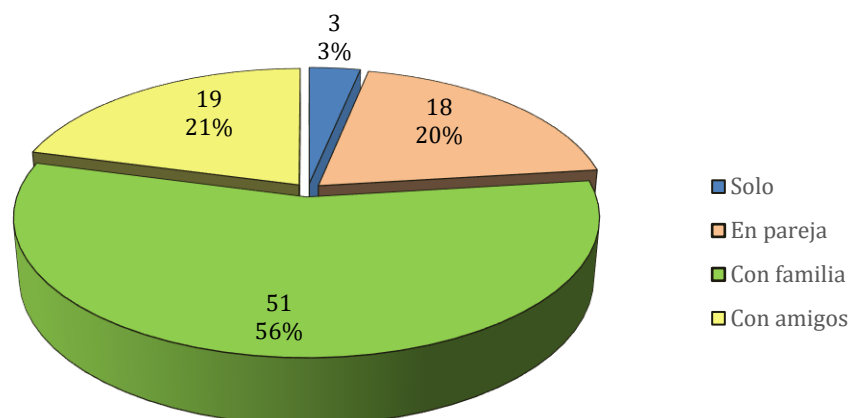
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 82% de los encuestados afirma que sí acudiría al restaurante, mientras que el 18% menciona que tal vez lo haría. Por otro lado, no hay ninguna persona que manifieste que no asistiría. Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los encuestados están dispuestos a acudir al restaurante, ya que afirman que sí lo harían. Sin embargo, también hay un grupo de personas que mencionan que tal vez lo harían, lo que sugiere cierta indecisión en ese grupo. Además, es interesante notar que no hay ninguna persona que manifieste que no asistiría al restaurante, lo que indica que no hay una oposición firme a la idea.

Pregunta 4 ¿Con quién acudiría al restaurante de comida tradicional?

Figura 10

¿Con quién acudiría al restaurante de comida tradicional?



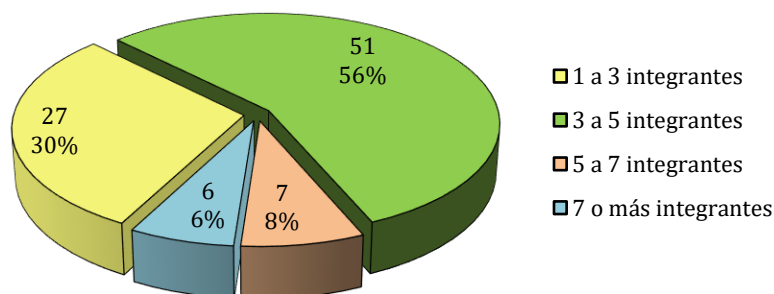
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 56% de los encuestados manifestó que acudiría al restaurante acompañado de su familia, mientras que el 21% indicó que iría con amigos. Por otro lado, el 20% mencionó que acudiría en pareja, y finalmente, el 3% expresó que iría solo. La mayoría de las personas prefieren disfrutar de la experiencia gastronómica en compañía de sus seres queridos, mientras que un grupo considerable de personas prefiere compartir esta experiencia con sus amistades. Esta información proporciona un punto clave para la distribución de las mesas.

Pregunta 5. En caso de acudir en familia, indique cuantos integrantes conforman su familia

Figura 11

En caso de acudir en familia, indique ¿Cuantos integrantes conforman su familia?



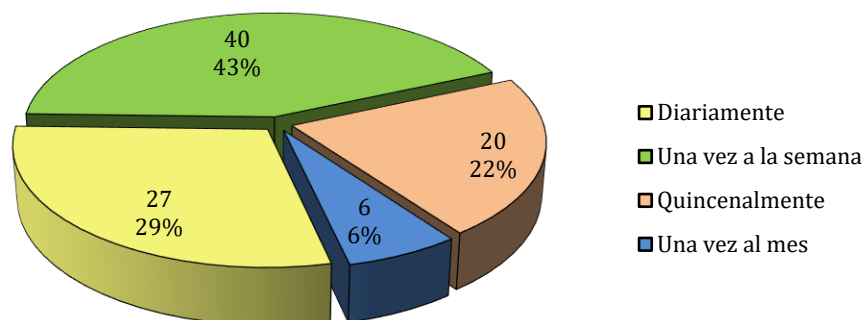
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 51% de los encuestados menciona que en sus familias hay de 3 a 5 integrantes, mientras que el 30% manifiesta que tienen de 1 a 3 integrantes. Un 8% menciona que tienen de 5 a 7 integrantes, y finalmente el 6% indica que tienen 7 o más integrantes en la familia. Estos resultados son importantes para adaptar los servicios, la logística y las ofertas a las necesidades de familias de diferentes tamaños, en este caso, mayormente integradas por 3 a 5 integrantes.

Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia nos visitaría?

Figura 12

¿Con qué frecuencia nos visitaría?



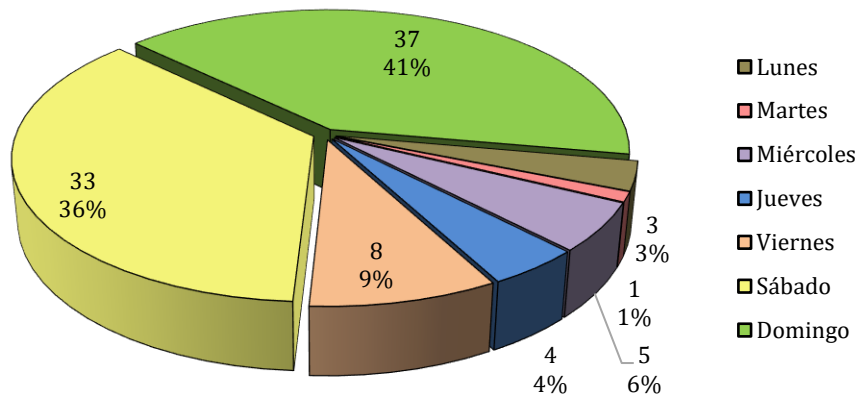
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El análisis de los resultados revela que el 43% de los encuestados indican que acudirían al restaurante una vez a la semana. Por otro lado, el 29% de los encuestados manifiestan que lo harían diariamente. Además, el 22% de los encuestados menciona que acudiría al restaurante quincenalmente, mientras que el 6% afirma que lo haría una vez al mes. Los resultados son fundamentales para planificar la capacidad y la gestión de reservas del restaurante, asegurando que se pueda atender a los clientes de manera eficiente y satisfactoria, considerando que la mayoría acudiría una vez por semana.

Pregunta 7. ¿Específicamente que días acude normalmente a un restaurante?

Figura 13

¿Específicamente que días acude normalmente a un restaurante?



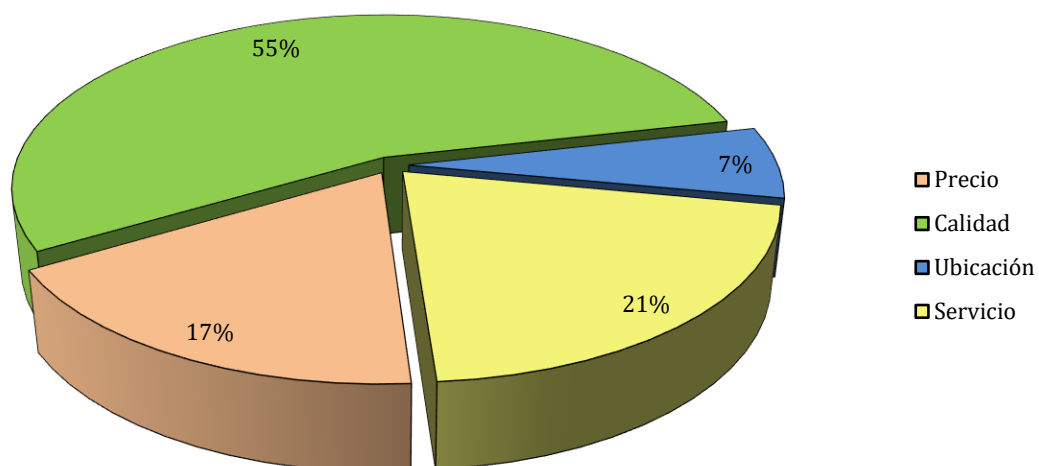
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: Se muestra que el 36% de los encuestados indica que normalmente acude a los restaurantes los sábados, por otro lado, el 41% menciona que son los domingos. Además, el 9% confirma que lo hace los martes, el 6% los miércoles, el 4% los jueves, el 3% los lunes y finalmente el 1% los martes. Estos datos son fundamentales para planificar la distribución de recursos y el personal en el restaurante, asegurando una atención óptima durante los días de mayor afluencia.

Pregunta 8. ¿Cuál considera que es factor primordial para poder acudir constantemente a un restaurante?

Figura 14

¿Cuál considera que es factor primordial para poder acudir constantemente a un restaurante?



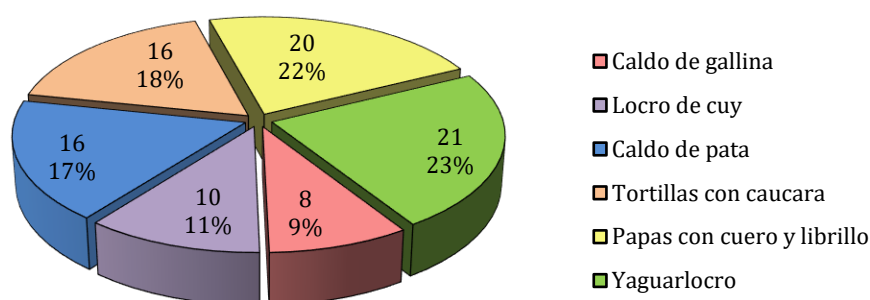
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 55% de los encuestados afirman que la calidad es el factor primordial para acudir a un restaurante. Por otro lado, el 21% manifiesta que es el servicio, mientras que el 17% menciona que es por el precio. Finalmente, el 7% manifiesta que es por la ubicación del restaurante. Estos datos son fundamentales para enfocar los esfuerzos en ofrecer una experiencia gastronómica de alta calidad, con un servicio excepcional y considerando una estrategia de precios adecuada, todo ello respaldado por una ubicación conveniente.

Pregunta 9. *A continuación, se enlista algunos platos tradicionales de la región Sierra, que se elaboran actualmente en el sitio, señala uno que sea de tu preferencia.*

Figura 15

A continuación, se enlista algunos platos tradicionales de la región Sierra, que se elaboran actualmente en el sitio, señala uno que sea de tu preferencia.



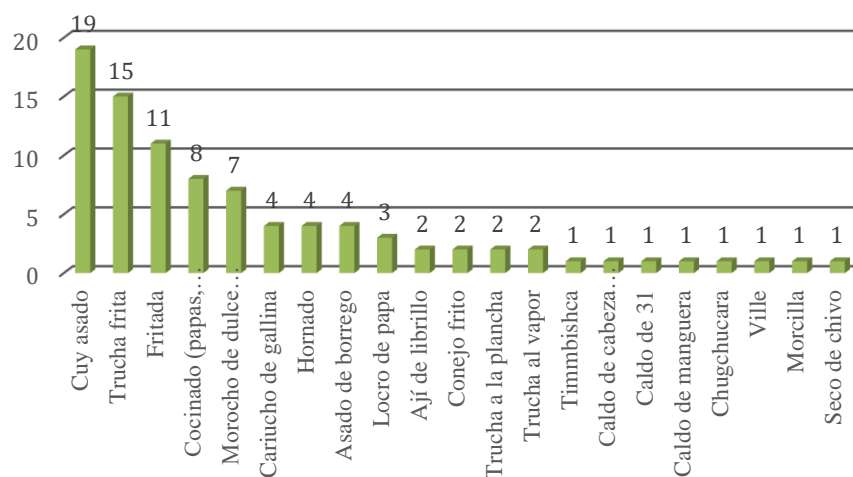
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: Con respecto al plato de preferencia de las personas que contestaron la encuesta, se observa que el 23% prefiere el yaguarlocro, mientras que el 22% disfruta de las papas con cuero y librilla. Además, el 18% prefiere las tortillas con caucara, el 17% el caldo de pata, el 11% el Locro de cuy y finalmente, el 9% prefiere el caldo de gallina. El resultado nos indica que el plato de preferencia actualmente es el yaguarlocro, por lo que se puede establecer como el plato estrella del establecimiento.

Pregunta ¿Qué otro plato recomienda que se debe ofrecer en el menú de un restaurante de comida tradicional?

Figura 16

Con respecto a la pregunta anterior, que otro plato recomienda que se debe ofrecer en el menú de un restaurante de comida tradicional



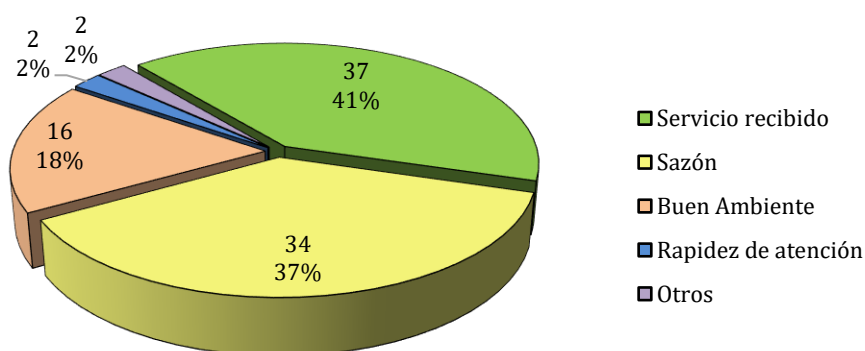
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 22% de los encuestados recomiendan implementar el cuy asado en el menú actual, mientras que el 17% mencionan que la trucha frita sería otra opción para implementar en el menú, por otro lado, el 12% afirman que la fritada es un plato que se debe implantar en el menú, finalmente se visualizan porcentajes más pequeños donde se da a conocer platos que se deben tomar en cuenta. Estos datos son fundamentales para la creación de un menú que satisfaga las preferencias de los potenciales clientes, incluyendo platos como el cuy asado y la trucha frita, alineándose con las tendencias gastronómicas actuales.

Pregunta 11. Cuál es el factor primordial que le hace recomendar este lugar a otras personas.

Figura 17

Recomendación del lugar



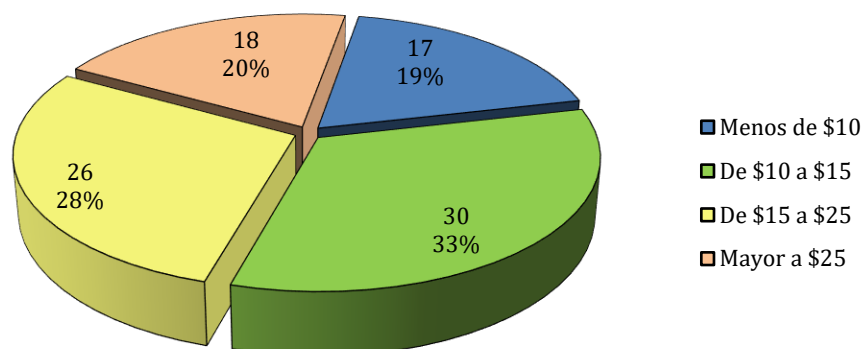
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 41% de los encuestados considera que el servicio recibido es el factor principal al recomendar un restaurante. Por otro lado, el 37% menciona que la calidad de la comida es el factor más importante. Además, el 18% expresa que el ambiente agradable es el factor primordial, mientras que solo el 2% considera que la rapidez en la atención es primordial. Por último, otro 2% menciona que hay otros factores que influyen en la recomendación de un establecimiento de alimentos. Los resultados indican que es importante asegurarse de ofrecer un servicio excepcional y una experiencia culinaria de alta calidad para cumplir con las expectativas de los comensales.

Pregunta 12. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en un restaurante de comida tradicional cuando va en familia?

Figura 18

¿Cuál es el gasto promedio que realiza en un restaurante de comida tradicional cuando va en familia?



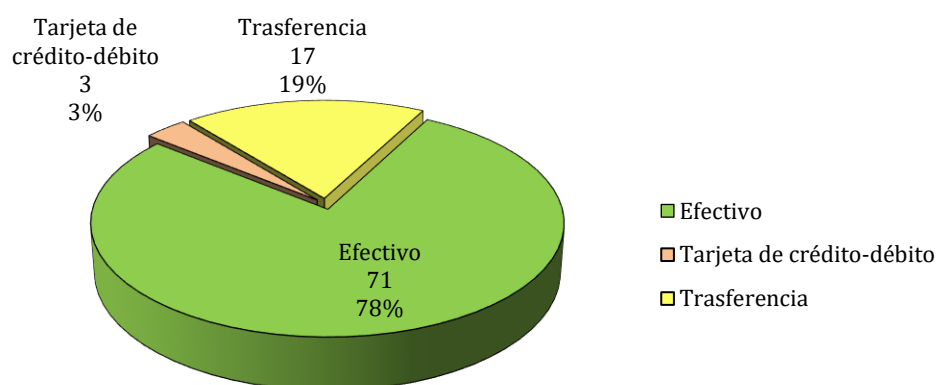
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 33% de los encuestados afirmó que su gasto promedio en un restaurante de comida tradicional cuando van en familia es de \$10 a \$15. Por otro lado, el 28% de los encuestados mencionó que su gasto está en el rango de \$15 a \$25. Además, el 20% afirmó que su gasto supera los \$25. Finalmente, el 19% de los encuestados mencionó que gastan menos de \$10 en un restaurante de comida tradicional. Los resultados indican que existe la posibilidad de proporcionar una variedad de precios, incluyendo la creación de paquetes familiares, desde opciones más económicas hasta alternativas más costosas.

Pregunta 13. ¿Qué método de pago es su preferido?

Figura 19

¿Qué método de pago es su preferido?



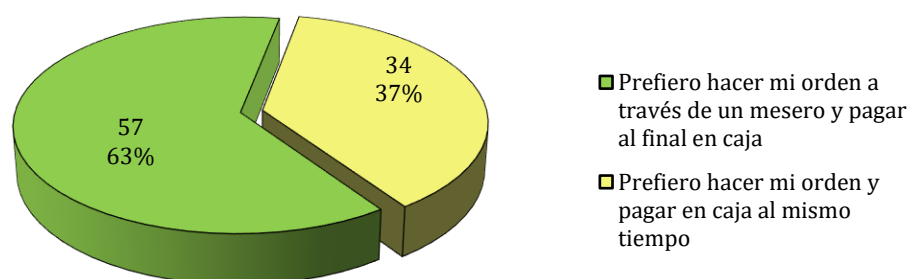
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 78% de encuestados afirman que el método de pago preferido es en efectivo, mientras que el 19% menciona que la transferencia es su método de pago preferido, mientras que el 3% menciona que su método de pago es a través de tarjeta de crédito-debito. Con los resultados obtenidos se puede conocer de mejor manera la forma de pago que más utiliza los comensales, y así el cliente no tengan ninguna inconformidad con respecto al método de pago.

Pregunta 14. ¿Cuál es su preferencia en cuanto a la manera de solicitar y pagar por su orden en un restaurante?

Figura 20

¿Cuál es su preferencia en cuanto a la manera de solicitar y pagar por su orden en un restaurante?



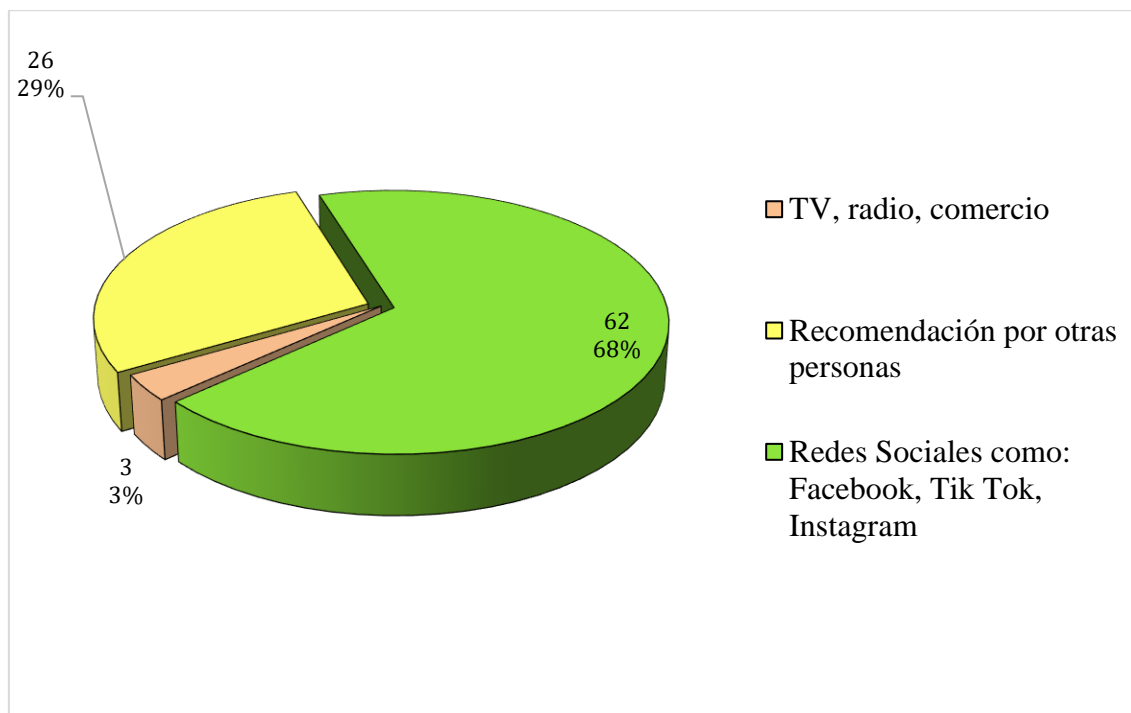
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 63% de los encuestados mencionan que prefieren solicitar y pagar por su orden a través de un mesero y pagar al final en caja, mientras que el 37% de los encuestados manifiestan que prefieren hacer su orden y pagar en caja al mismo tiempo. El resultado de esta pregunta nos indica el cómo manejar la logística en cuanto al tema de servicio, y poder organizar de mejor manera los flujogramas de acuerdo con las funciones del equipo de trabajo.

Pregunta 15. ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza para buscar restaurantes?

Figura 21

¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza para buscar restaurantes?



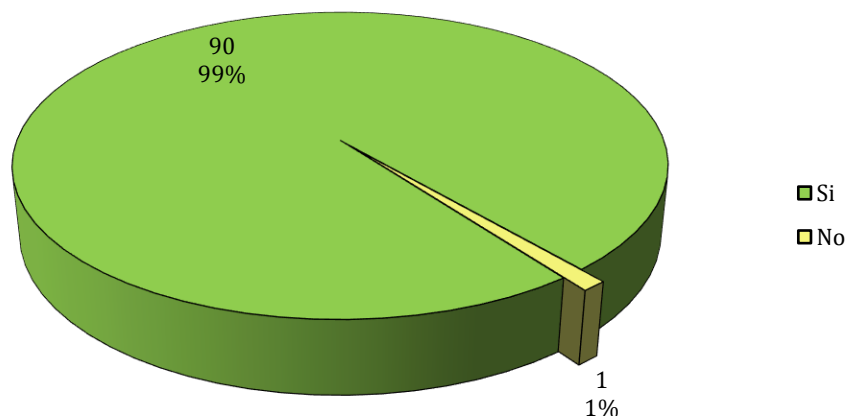
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 68% de encuestados mencionan que los medios de comunicación que usan para buscar restaurantes son las redes sociales como: Facebook, tik tok e Instagram; mientras que el 29% de encuestados menciona que asisten a un restaurante por la recomendación por otras personas finalmente el 3% menciona que la tv, radio y comercio son los medios de comunicación que utilizar a la hora de buscar un restaurante. El resultado de esta pregunta nos da a entender cuáles son las formas de difusión por las que podemos dar a conocer al restaurante.

Pregunta 16. *¿Le gustaría que el restaurante cuente con un espacio donde se muestre elementos de la cultura de los Andes como es: ¿El Chagra?*

Figura 22

¿Le gustaría que el restaurante cuente con un espacio donde se muestre elementos de la cultura de los Andes como es: ¿El Chagra?



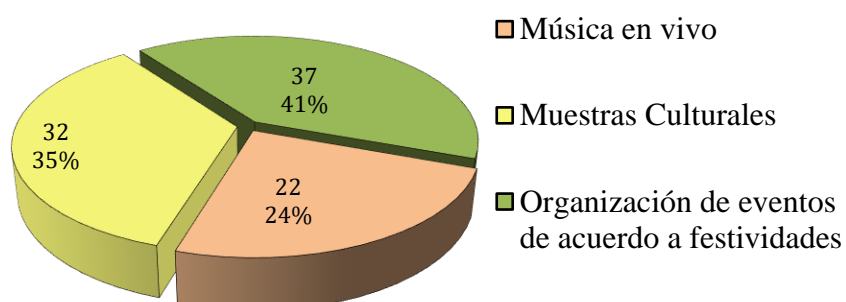
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 99% de los encuestados menciona que si le gustaría que el restaurante cuente con un espacio donde se muestre elementos de la cultura de los Andes como es: El Chagra, sin embargo, el 1% menciona que no está de acuerdo. Los resultados subrayan la importancia de incluir elementos culturales andinos en el restaurante para satisfacer las preferencias de la mayoría de los posibles clientes.

Pregunta 17. Aparte del restaurante, ¿Qué otro tipo de actividades le gustaría disfrutar en este sitio?

Figura 23

Aparte del restaurante, ¿Qué otro tipo de actividades le gustaría disfrutar en este sitio?



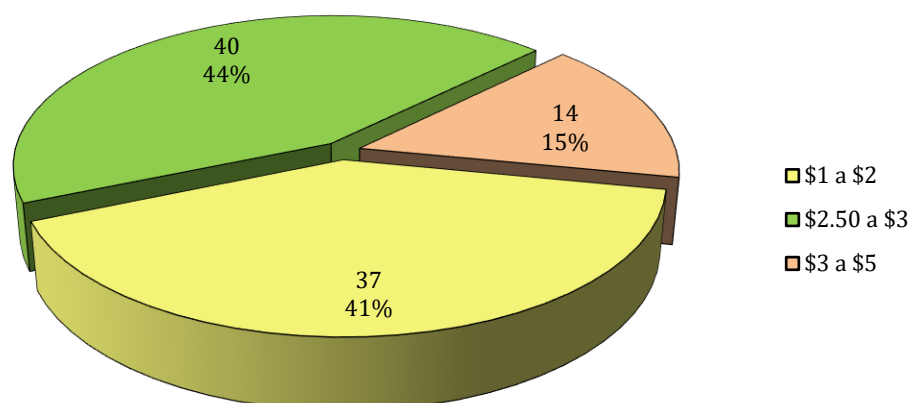
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 41% de los encuestados menciona que las actividades que le gustaría disfrutar es la organización de eventos de acuerdo con festividades, mientras que el 35% de encuestados menciona las muestras culturales, finalmente el 24% de encuestados menciona que es la música en vivo. Con la respuesta obtenida se planifica de mejor manera las actividades que se puede desarrollar como actividad extra.

Pregunta 18. *Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales?*

Figura 24

Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales?



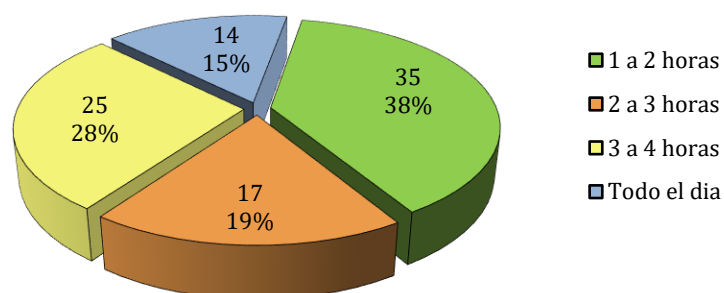
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 44% de los encuestados menciona que por los servicios adicionales pagaría un rango de \$2.50 a \$3.00 mientras que el 41% de encuestados manifiesta que pagaría de \$1 a \$2, finalmente el 15% comenta que estaría dispuesto a pagar de \$3 a \$5. Con base en los resultados obtenidos, se ha determinado el valor de pago preferido por los potenciales clientes en relación con los servicios adicionales. Este dato es crucial al momento de organizar cualquier evento.

Pregunta 19. De cuánto tiempo dispondría para desarrollar la actividad que escogió anteriormente

Figura 25

De cuánto tiempo dispondría para desarrollar la actividad que escogió anteriormente



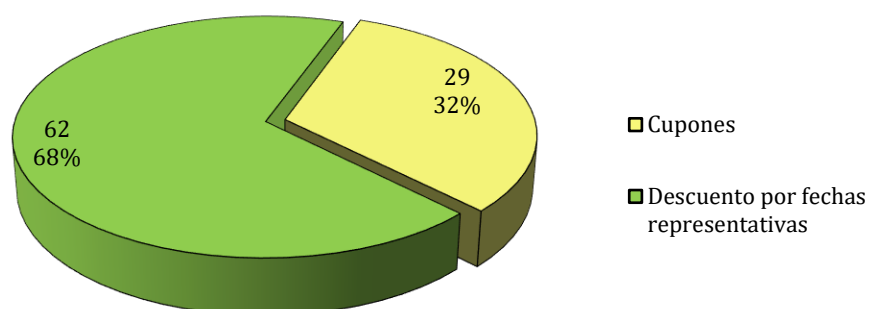
Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 38% de las encuestas afirma que el tiempo disponible que tienes para poder desarrollar dichas actividades es de 1 a 2 horas, por otro lado, el 28% de encuestados menciona que su tiempo disponible para realizar las actividades es de 3 a 4 horas, además el 219 de encuestados menciona que su horario disponible es de 2 a 3 horas para desarrollar las actividades, finalmente el 15% de encuestados menciona que el tiempo para desarrollar las actividades dispone de todo el día. Con los resultados de esta pregunta, se analiza la disposición de los potenciales clientes para realizar actividades adicionales. Esto permitirá un análisis más detallado al establecer un itinerario con horarios definidos.

Pregunta 20. Para finalizar, ¿Cómo le gustaría que fuera las promociones?

Figura 26

¿Cómo le gustaría que fuera las promociones?



Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Análisis: El 68% de los encuestados menciona que se realice promociones a través de descuentos por fechas representativas, por otro lado, el 32% de encuestados manifiesta que le gustaría que las promociones se las realice por cupos. Los resultados de esta pregunta sugieren que sería beneficioso analizar y ajustar las promociones para alinearse con estas fechas significativas, lo que podría aumentar la participación y el interés del público en las promociones.

10.1.2. Resumen del perfil del turista

En base a los datos obtenidos en la encuesta se realiza una interpretación de los resultados a través de la diferente segmentación:

Tabla 7

Perfil del consumidor

Puntos clave	Perfil del turista
Segmentación Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionalidad: Ecuatoriana 98%- 2% extranjeros • Edad: 23-40 años (Millennials) 42% • Género: Masculino 58%, Femenino 42%. • Residencia Actual: Mejía 74%, Quito 14% • Ocupación: Independiente 44% Estudiante 29%
Segmentación Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> • Personalidad: Visita este tipo de establecimientos acompañados de su familia • Factor primordial: Calidad • Recomendación del restaurante: Sazón • Motivación: Residencia en el barrio 35%, visita a familiares 17%, visita a atractivos turísticos 17%.
Segmentación Conductual	<ul style="list-style-type: none"> • Gasto promedio: De \$10 a \$15 • Método de pago: Efectivo • Nivel de aceptación: Si 82% • Aceptación de la temática:99% de aceptación • Frecuencia de uso: Una vez a la semana 40%. • Plato preferencial: Yaguarlocro 23% Papas con cuero 22% • Recomendación del menú: Cuy asado 22%, Trucha frita 17%

-
- **Método de atención:** Atendido por un mesero y final pagar en caja
 - **Métodos de comunicación:** Redes sociales 68%
 - **Beneficios pretendidos:** Descuento por fechas representativas
 - **Preferencia de actividades adicionales:** Organización de eventos
-

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

10.1.3 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda, se ha utilizado como referencia la estimación del INEC, citado por (Gobierno Autónomo Descentralizado de Mejía, 2020, p. 6) donde se estima que en el año 2020, el cantón Mejía tenía alrededor de 108.167 habitantes. Este dato será utilizado como base para realizar la proyección utilizando la fórmula del método de crecimiento poblacional que se presenta a continuación:

Datos:

P_0 = Población inicial

i = Índice de crecimiento

n = Número de años

P_n = Proyecciones para cada año

Remplazando los datos tenemos:

P_0 = Población inicial

$i = 3\% * 100 = 0.03$

$n = 5$

$P_n = ?$

$$P_n = P_0(1 + i)^n$$

$$P_{2020} = 108.167(1 + 0.03)^1 = 111.412$$

$$P_{2021} = 108.167(1 + 0.03)^2 = 114.754$$

$$P_{2022} = 108.167(1 + 0.03)^3 = 118.197$$

$$P_{2023} = 108.167(1 + 0.03)^4 = 121.742$$

$$P_{2024} = 108.167(1 + 0.03)^5 = 125.395$$

$$P_{2025} = 108.167(1 + 0.03)^6 = 129.157$$

$$P_{2026} = 108.167(1 + 0.03)^7 = 133.031$$

$$P_{2027} = 108.167(1 + 0.03)^8 = 137.022$$

$$P_{2028} = 108.167(1 + 0.03)^9 = 141.133$$

Según el análisis realizado, se proyecta que la demanda futura para los años 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028 y 2029 sea de 121.742;125.395;129.157;133.031;137.022 y 141.133 respectivamente. Estos datos serán utilizados más adelante para analizar la demanda insatisfecha. Es importante tener en cuenta que el pronóstico de la demanda es crucial para la planificación y presupuestación de la apertura del restaurante.

10.1.4 Análisis de la oferta

10.1.4.1. Restaurante Ruta de los volcanes

El restaurante "Ruta de los volcanes", representado por Darwin Cumbajín, se encuentra ubicado en Santa Ana del Pedregal, vía a la entrada norte del Parque Nacional Cotopaxi. Su principal actividad es la oferta de alimentos y bebidas

Tabla 8

Características del Restaurante "Ruta de los volcanes"

Restaurante "Ruta de los volcanes"	
01. Propuesta de valor	Especialidad en piedra volcánica
02. Horario de atención	8:00 am – 18:00 pm
03. Capacidad de aforo	40 personas
04. Número de clientes que recibe al año	1680 personas aprox.
05. Meses que recibe más clientes	Julio, Agosto, Septiembre
06. Grupos de clientes que más recibe	90% extranjeros, 10% nacionales
07. Qué tipo de comida ofrece	Tradicional, cocina fusión
08. Precio	Oscila entre los \$3,50 a \$15,00
09. Platos preferidos por los comensales	Locro de papa
10. Método para comercializar los productos	Pase de voz, plataformas

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Basándonos en los datos de la encuesta realizada al restaurante "Ruta de los volcanes", se puede concluir que el restaurante tiene una propuesta de valor centrada en la especialidad en piedra volcánica, con un horario de atención de 8:00 am a 18:00 pm. La capacidad de aforo es de 40 personas, y recibe aproximadamente **1680 clientes al año**, con los meses de julio, agosto y septiembre siendo los de mayor afluencia. El 90% de sus clientes son extranjeros, y el 10% son nacionales. Ofrece comida tradicional y cocina fusión a precios

que oscilan entre \$3,50 a \$15,00, con el locro de papa como el plato preferido por los comensales. Utiliza el pase de voz y plataformas como métodos para comercializar los productos. Estos datos revelan un enfoque único y atractivo del restaurante, con un potencial interesante para atraer tanto a turistas extranjeros como a locales, especialmente durante los meses de mayor afluencia.

10.1.4.2. Restaurante Rincón de la Tía Li

El restaurante "Rincón de la Tía Li", representado por Lidia Quinaluisa, se encuentra ubicado en Machachi (Calle Antonio Ante y Manuel Larrea). Su principal actividad es la oferta de alimentos y bebidas.

Tabla 9

Características del Restaurante "Rincón de la Tía Li"

Restaurante "Rincón de la Tía Li"	
11. Propuesta de valor	Verdadera cocina ecuatoriana
12. Horario de atención	Lunes a Domingo 8:00 am – 17:00 pm
13. Capacidad de aforo	40 personas
14. Número de clientes que recibe al año	12 800 personas aprox.
15. Meses que recibe más clientes	Julio, Diciembre
16. Grupos de clientes que más recibe	10% extranjeros, 90% nacionales
17. Qué tipo de comida ofrece	Tradicional
18. Precio	Oscila entre los \$2,50 a \$5,00
19. Platos preferidos por los comensales	Cariucho de cuy o gallina
20. Método para comercializar los productos	Pase de voz, reconocimiento como hueca patrimonial

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Basándonos en los datos de la encuesta realizada al restaurante "Rincón de la Tía Li", se puede concluir que el restaurante tiene una propuesta de valor centrada en la verdadera cocina ecuatoriana, con un horario de atención de 8:00 am a 17:00 pm. La capacidad de aforo es de 40 personas, y recibe aproximadamente 16,800 clientes al año, con los meses de julio y diciembre siendo los de mayor afluencia. El 10% de sus clientes son extranjeros, y el 90% son nacionales. Ofrece comida tradicional a precios que oscilan entre \$2,50 a \$5,00, con el cariucho de cuy o gallina como plato preferido por los comensales. Utiliza el pase de voz y el reconocimiento como hueca patrimonial como métodos para comercializar los productos.

Estos datos revelan un enfoque único y atractivo del restaurante, con un potencial interesante para atraer tanto a turistas nacionales como a extranjeros, especialmente durante los meses de mayor afluencia.

10.1.4.3. Restaurante La posada del chagra

El restaurante "La posada del chagra", representado por Inés Altamirano, se encuentra ubicado en Machachi (Av. Amazonas y Rafael Arroba). Su principal actividad es la oferta de alimentos y bebidas.

Tabla 10

Características del Restaurante "La posada del chagra"

Restaurante "La posada del chagra"	
01. Propuesta de valor	Arte de cocina en leña
02. Horario de atención	Lunes a Domingo 8:00 am – 16:00 pm
03. Capacidad de aforo	40 personas
04. Número de clientes que recibe al año	25 000 personas aprox.
05. Meses que recibe más clientes	Julio, Diciembre
06. Grupos de clientes que más recibe	85% extranjeros, 10% nacionales
07. Qué tipo de comida ofrece	Tradicional
08. Precio	Oscila entre los \$5,00 a \$15,00
09. Platos preferidos por los comensales	Locro de papa
10. Método para comercializar los productos	Pase de voz, ferias empresariales

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Basándonos en los datos proporcionados, el Restaurante "La Posada del Chagra" ofrece una propuesta de valor centrada en el arte de la cocina en leña, con un horario de atención de lunes a domingo de 8:00 am a 16:00 pm. La capacidad de aforo es de 40 personas, y recibe aproximadamente 25 000 clientes al año, con los meses de julio y diciembre siendo los de mayor afluencia. El restaurante recibe principalmente un 85% de clientes extranjeros y un 10% de clientes nacionales. Ofrece comida tradicional con precios que oscilan entre \$5,00 a \$15,00, y el locro de papa es preferido por los comensales. Utiliza el pase de voz y participa en ferias empresariales como métodos para comercializar los productos. Estos datos revelan un enfoque único y atractivo del restaurante, con un potencial interesante para atraer tanto a turistas extranjeros como a locales, especialmente durante los meses de mayor afluencia.

10.1.4.4. Hacienda Santa Ana

La hacienda Santa Ana, representada por Rocío Zaldumbide, se encuentra ubicada en Santa Ana del Pedregal, vía a la entrada norte del Parque Nacional Cotopaxi. Su principal actividad es el hospedaje; sin embargo, también ofrece el servicio de alimentos y bebidas. Por lo tanto, los datos presentados a continuación pertenecen a dicho servicio.

Tabla 11

Características de la hacienda “Santa Ana”

Hacienda Santa Ana	
01. Propuesta de valor	Historia comodidad y aventura
02. Horario de atención	Previa reservación Fines de semana 7:00 am a 20:00 pm
03. Capacidad de aforo	20 personas
04. Número de clientes que recibe al año	500 personas aprox.
05. Meses que recibe más clientes	Junio, Julio, Agosto, Septiembre
06. Grupos de clientes que más recibe	90% extranjeros, 10% nacionales
07. Qué tipo de comida ofrece	Tradicional-Gourmet
08. Precio	Oscila entre los \$5,00 a \$20,00
09. Platos preferidos por los comensales	Locro de papa - Lomo en salsa shiitake
10. Método para comercializar los productos	Plataformas: Booking, TripAdvisor

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Los resultados indican que Hacienda Santa Ana ofrece una propuesta centrada en historia, comodidad y aventura, con un enfoque en comida tradicional-gourmet. Su capacidad de aforo es de 20 personas con respecto al área de alimentos y bebidas donde recibe aproximadamente 500 clientes al año, con los meses de junio, julio, agosto y septiembre siendo los de mayor afluencia. La mayoría de sus clientes son extranjeros, y ofrecen platos como locro de papa y lomo en salsa shiitake, con precios que oscilan entre \$5,00 a \$20,00. Utilizan plataformas como Booking y TripAdvisor para comercializar sus productos.

10.1.4.5. Hacienda El Sinche

La hacienda El Sinche, representada por Xavier Chiriboga, se encuentra ubicada en Guitig Alto. Su principal actividad es el hospedaje; sin embargo, también ofrece el servicio de alimentos y bebidas. Por lo tanto, los datos presentados a continuación pertenecen a dicho servicio.

Tabla 12

Características de la hacienda “El Sinche”

Hacienda El Sinche	
01. Propuesta de valor	Cuna de historia y tradición
02. Horario de atención	Previa reserva
03. Capacidad de aforo	30 personas
04. Número de clientes que recibe al año	1 000 personas aprox.
05. Meses que recibe más clientes	Julio, Agosto,
06. Grupos de clientes que más recibe	90% extranjeros, 10% nacionales
07. Qué tipo de comida ofrece	Desayunos, almuerzos Buffet Cenas
08. Precio	Oscila entre los \$15,00 a \$18,00
09. Platos preferidos por los comensales	Cucayo
10. Método para comercializar los productos	Plataformas: TripAdvisor

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Los datos obtenidos revelan que la Hacienda El Sinche, con su propuesta de valor centrada en ser una cuna de historia y tradición, tiene una capacidad para albergar a 30 personas mediante previa reserva. Recibe aproximadamente 1000 clientes al año, con una mayor afluencia durante los meses de julio, agosto, principalmente de clientes extranjeros. Ofrece desayunos, almuerzos tipo buffet y cenas, con precios que oscilan entre \$15,00 a \$18,00, y el plato preferido por los comensales es el cucayo. Además, utiliza plataformas como TripAdvisor para la comercialización de sus servicios

10.4.6. *Emprendimiento Cielo Andino*

Además, para realizar la proyección de la oferta se tomó como dato a los comensales que se reciben actualmente en el local, vendiendo aproximadamente a la semana 100 platos, y al año 4,800 platos, los cuales se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 13

Platos vendidos a la semana en el emprendimiento

Producto	Número de productos vendidos
Caldo de pata	21 platos
Caldo de gallina	18 platos
Locro de cuy	15 platos
Tortillas con caucara	30 platos
Yaguarlocro	16 platos
Total	100 platos semanales

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

10.1.5 **Proyección de la oferta**

Se ha realizado la proyección de la oferta para los próximos 5 años tomando en cuenta desde el año 2023, utilizando como base a los datos de comensales que reciben los establecimientos que se dedican a la misma actividad de alimentos y bebidas.

Tabla 14

Número de comensales al año

Datos	Pax por año
Restaurante Ruta de los Volcanes	1 680
Rincón de la Tía	12 800
La posada del chagra	25 000
Hacienda Santa Ana	500
Hacienda El Sinche	1 000
Emprendimiento	4 800
TOTAL:	45 780

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Los datos obtenidos de los 6 establecimientos que prestan servicios de alimentos y bebidas incluyendo el emprendimiento Cielo Andino que ya se encuentra en funcionamiento y es de propiedad del investigador, se tiene como resultado 45 780 comensales en el año 2023.

Para realizar la proyección de la oferta se ha tomado como dato inicial la proyección de la oferta de los 6 establecimientos analizados anteriormente, teniendo un total de 45780 comensales en el año 2023, mediante la fórmula del método de crecimiento poblacional

Datos:

P_0 = Población inicial

i = Índice de crecimiento

n = Número de años

P_n = Proyecciones para cada año

Remplazando los datos tenemos:

P_0 = Población inicial

$i = 3\% * 100 = 0.03$

$n = 5$

$P_n = ?$

$$P_n = P_0(1 + i)^n$$

$$P_{2023} = 45\,780(1 + 0.03)^1 = 47\,153$$

$$P_{2024} = 45\,780(1 + 0.03)^2 = 48\,568$$

$$P_{2025} = 45\,780(1 + 0.03)^3 = 50\,025$$

$$P_{2026} = 45\,780(1 + 0.03)^4 = 51\,525$$

$$P_{2027} = 45\,780(1 + 0.03)^5 = 53\,071$$

$$P_{2028} = 45\,780(1 + 0.03)^6 = 54\,663$$

Según el análisis realizado, se proyecta que la oferta futura para los años 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028 sea de 47 153, 48 568, 50 025, 51 525, 53 071, 54 663, respectivamente, Estas estimaciones se obtuvieron utilizando el método de crecimiento poblacional, considerando un factor de crecimiento anual del 3%

10.1.6 Proyecto de la demanda insatisfecha

Al conocer los datos tanto de la demanda como de la oferta, se puede determinar la demanda insatisfecha la cual se obtiene al calcular la diferencia entre la oferta y la demanda.

Tabla 15

Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial Insatisfecha
	D	O	DPI= D-O
2023	121.742	47.153	74.589
2024	125.395	48.568	76.857
2025	129.157	50 025	79.132
2026	133.031	51 525	81.506
2027	137.022	53 071	83.951
2028	141.133	54.663	86.470

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

Para la proyección de la demanda insatisfecha se tomó como referencia los datos obtenidos de las proyecciones de la demanda y la oferta del año 2023 obteniendo como demanda potencial insatisfecha para el año 2023 el total de 74.589; en el año 2024 un total de 76.857; en el año 2025 un total de 79.132; en el año 2026 un total de 81.506; en el año 2027 un total de 83.951; en el año 2028 un total de 86.470.

10.1.7. Características definitivas del producto

Una vez ya analizado la oferta y la demanda se define finalmente los productos que se van a ofertar en el restaurante:

El restaurante denominado “Cielo Andino” es un establecimiento donde hace énfasis en la cocina tradicional ecuatoriana, funcionando la trascendencia culinaria familiar con un ambiente natural, dando como resultado un espacio acogedor en el que los comensales disfrutan de hermosas vistas a diferentes elevaciones volcánicas mientras se sirven sus alimentos.

Una de las peculiaridades de este restaurante es su sazón, la cual se ha mantenido a lo largo de generaciones. Los platos que ofrece actualmente están enfocados en la región Sierra, los cuales son: caldo de pata, caldo de gallina, locro de cuy, tortillas con caucara, papas con cuero y librillo, incorporando al menú el cuy asado y trucha frita; además de una bebida en especial como la chicha de jora, realzando la presentación la autenticidad de la experiencia gastronómica.

La infraestructura del lugar presenta un estilo rústico que armoniza con su entorno. Está dividida en tres pisos: la cocina en la parte baja, el restaurante y en el último piso, un área VIP y mirador. Además, el restaurante ofrece espacios que brindan escenarios ideales tanto para familias como para parejas. Finalmente, se cuenta con un parqueadero amplio.

10.1.8. Análisis del producto

Junto con los resultados del estudio de mercado, se ha creado un menú de comida tradicional ecuatoriana que se presenta a continuación:

Figura 27

Menú



CIELO ANDINO
RESTAURANTE MIRADOR

MENÚ

ESPECIALIDAD DE LA CASA

Yaguarlocro.....	\$4,80
Caldo de gallina.....	\$3,50
Caldo de pata.....	\$4,00
Locro de cuy	\$5,00
Tortillas con caucara.....	\$3,00
Papas con cuero y librilla.....	\$3,50
Cuy asado ¼	\$4,50
Cuy Asado entero.....	\$20,00

Postre

Pristiños con miel.....	4 por \$1,00
-------------------------	--------------

Bebida

Chicha de Jora.....	\$2,00
Vaso.....	\$0,75

Nota: Bosquejo del menú, elaborado en el programa Power Point.

En base a la información proporcionada, se han creado recetas estándar para comprender de mejor manera cada uno de los platos presentes en el menú. Estas recetas han tenido en cuenta los precios reales del mercado y se han considerado cuidadosamente otros gastos relacionados. Además, se ha documentado detalladamente el procedimiento y se ha incluido una fotografía para cada plato

Tabla 16

Receta estándar del Caldo de Gallina

Nombre de la receta: CALDO DE GALLINA			
Categoría: Cocina ecuatoriana		Número de porciones: 6 porciones	
Cantidad	Mice place	Ingrediente	costo de la receta
1 unidad	presas	gallina	\$6.00
100 gramos	gramos	arrocillo	0.40 ctvs
2 unidades	mirepoix	zanahoria grande	0.15 ctvs
250 gramos	mirepoix	arveja	0.50 ctvs
1 unidad	mirepoix	papa nabo mediana	0.25 ctvs
1 unidad	mirepoix	rama de apio	0.05 ctvs
2 ramas	mirepoix	cebolla blanca	0.30 ctvs
15 gramos	gramos	sal/pimienta	0.10 ctvs
2 unidades	brunoise	ajo	0.10 ctvs
6 unidate	micedonia	papa chola mediana	\$1.50
2 ramas	brunoise	cilantro	0.10 ctvs
2 ramas	brunoise	perejil	0.10 ctvs
unidad	mirepoix	pimiento	0.20 ctvs
Subtotal:			9.75/6 \$1.63
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>-Cortar la gallina en presas. -Cortar cebolla blanca, zanahoria, alverja, papanabo, reservamos. -En una olla agregar 5 litros de agua y verter las presas junto con el ajo, pimiento y apio hasta que su cocción. -Retirar las presas del caldo, colocar en un recipiente y reservar hasta el momento de servir. -En la olla que se retiró las presas, colocar el arrocillo y dejar hervir. -En una olla aparte cocinar las papas, escúrrelas y reservarlas. Emplatado: Coloca una papa y una presa, un cucharón de caldo sobre cada plato. -Acompaña el caldo con un picadillo de cebolla, perejil y cilantro.</p>		<p>Figura 28. <i>Caldo de gallina</i></p>  <p><i>Nota: Adriana Changoluisa</i></p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	2.00	Costos por producir	2.13
Energía Eléctrica	0.25	Utilidad 45%	0.91
Gas	0.25	Subtotal	3.04
Agua	0.50	IVA 12%	0.36
Subtotal	3/6=0.50	TOTAL:	\$3.40

Tabla 17*Receta del Caldo de pata de res*


Nombre de la receta: CALDO DE PATA DE RES			
Categoría: Cocina ecuatoriana		Número de porciones: 6 porciones	
Cantidad	Mide place	Ingrediente	costo de la receta
1 unidad	trozos	pata de res	\$7.00
4 rama	juliana	cebolla	0.50 ctv
2 libras	libras	mote cocido	\$2.00
1 000 ml	ml	leche	\$1.00
10 gramos	gramos	sal	0.10 ctvs
15 gramos	brunoise	ajo	0.10 ctvs
1 rama	brunoise	cilantro	0.10 ctvs
50 gramos	gramos	orégano	0.30 ctvs
250 gramos	gramos	maní	0.50 ctvs
15 gramos	gramos	mantequilla	0.25 ctvs
Subtotal:			11.80/6= 1.97
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>-Cortar la pata de res por trozos iguales y lavarlas bien.</p> <p>-Cortar la cebolla blanca en juliana</p> <p>- En una olla de presión agregar 2 litros de agua y llevar a cocción la pata junto con el ajo de 30-40 minutos.</p> <p>- En un sartén realizamos un refrito de cebolla, ajo y mantequilla, reservamos.</p> <p>-En una licuadora vertimos el maní y una porción de leche y licuamos.</p> <p>-Una vez lista las presas, cambiamos de olla e incorporamos el refrito, mote, las presas, orégano, el licuado de leche y maní.</p> <p>-Emplatado: Colocamos una presa y agregamos un cucharón de caldo, se lo acompaña con una pequeña porción de picadillo a base de cebolla y cilantro.</p>		<p>Figura 29 <i>Caldo de pata</i></p>  <p><i>Nota: Adriana Changoluisa</i></p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	2.00	Costos por producir	2.46
Energía Eléctrica	0.25	Utilidad 45%	1.10
Gas	0.25	Subtotal:	3.56
Agua	0.50	IVA 12%	0.42
Subtotal	3/6=0.50	TOTAL:	\$ 3.98

Tabla 18*Receta del Locro de cuy*


Nombre de la receta: LOCRO DE CUY			
Categoría: Cocina ecuatoriana		Número de porciones: 5 porciones	
Cantidad	Mide place	Ingrediente	costo de la receta
1 unidad	presas	Cuy	\$8.00
4 libra	brunoise	Papa chola	\$4.00
1unidad	mirepoix	Cebolla	0.25
15 gr	gramos	mantequilla	0.20
20 gr	gramos	achiote	0.25
500 ml	militros	leche	0.50
15 gr	gramos	Sal/pimienta	0.20
2 unidades	brunoise fino	ajo	0.10
50 gr	gramos	orégano	0.20
15 gr	brunoise fino	Cilantro	0.10
15 gr	brunoise fino	Pimienta	0.15
Subtotal:			13.95/5=2.79
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>-Una vez faenado el cuy, procedemos a cortarlos por presas y reservamos.</p> <p>-Pelar las papas y reservar</p> <p>-En un sartén realizamos un refrito de cebolla, ajo, achiote, orégano, mantequilla.</p> <p>-En una olla colocar 4 litros de agua, agregar el refrito, y colocamos el cuy.</p> <p>-Después de 5 min., agregar las papas.</p> <p>Emplatado: Colocar 2 cucharadas de locro juntamente con la presa y acompañarlos con un picadillo.</p>		<p>Figura 30 <i>Locro de cuy</i></p>  <p><i>Nota:</i> Adriana Changoluisa</p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	0.50	Costos por producir	3.04
Energía Eléctrica	0.25	Utilidad	1.37
Gas	0.25	Subtotal	4.41
Agua	0.25	Impuesto I.V.A. 12%	0.53
Subtotal	1.25/5=0.25	Subtotal	4.94

Tabla 19*Receta de Tortillas con caucara*

Nombre de la receta: Tortillas con caucara			
Categoría: Cocina ecuatoriana		Número de porciones: 10	
Cantidad	Mide place	Ingrediente	costo de la receta
10 libras	siffet	Papa chola	\$6.00
1 rama	Brunoise fino	cebolla	0.15 ctvs
225 gramos	gramos	mantequilla	0.75 ctvs
200 ml	ml	achiote	\$1.10
1 kg	cuadril	carne de res	\$4.70
5 unidad	brunoise	remolacha	0.50 ctvs
1 unidad	chiffonade	Lechuga	0.40 ctvs
10 unidad	unidad	huevo	\$1.50
15 gramos	gramos	Sal	0.20 ctvs
1 libras	libra	Manteca de chanco	\$1.00
200 gramos	sifflet	longaniza	1.11 ctvs
2 unidad	tajas	aguacate	0.80 ctvs
4 unidad	Bruniose fino	Ajo	0.20 ctvs
100 gramos	cubos	queso	0.75 ctvs
Subtotal:			\$19.51/10= 1.95
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>-Cocinar la remolacha en olla de presión</p> <p>-Desinfectar la lechuga y picar</p> <p>-Picar el aguacate.</p> <p>Pelar las papas, cocinarlas con sal y cebolla.</p> <p>-Una vez cocinadas, escurrir el agua</p> <p>-En un recipiente colocar las papas cocinadas juntamente con el achiote, sal, mantequilla, cebolla blanca y aplastar hasta obtener una masa.</p> <p>- Una vez obtenida la masa realizamos pequeñas bolitas y ubicamos queso en el centro.</p> <p>-En un sartén colocar manteca, esperar que se caliente y ubicamos las bolitas de papa y freímos.</p> <p>-Por otro lado, cortamos la carne en cubos, aliñamos con ajo y freímos.</p> <p>-En un sartén freímos el huevo y la longaniza</p> <p>Emplatado: Servir 3 tortillas acompañado de porciones de lechuga, remolacha, aguacate, carne, longaniza y huevo.</p>		<p>Figura 31</p> <p><i>Tortillas con caucara</i></p>  <p><i>Nota: Adriana Changoluisa</i></p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	1.00	Costos por producir	2.15
Energía Eléctrica	0.25	Utilidad 45%	0.97
Gas	0.50	Subtotal	3.12
Agua	0.25	Impuesto 12%	0.37
Subtotal	2.00/10=0.20	TOTAL	3.49

Tabla 20

Receta de Papas con cuero y librilla


Nombre de la receta: PAPAS CON CUERO Y LIBRILLO			
Categoría: Cocina ecuatoriana		Número de porciones: 10 porciones	
Cantidad	Unidad de medida	Ingrediente	costo de la receta
10 libras	torneado	papas cholas	\$6.00
1 kg	Trozos medianos	cuero	\$2.45
1 litro	litro	leche	\$1.00
100 ml	ml	achiote	0.55
10 gramos	gramos	orégano	0.25
3 unidad	Brunoise fino	cebolla	0.75
2 libras	Trozos medianos	librilla	\$4.00
1 libra	libra	maní	\$1.00
10 gramos	gramos	mantequilla	0.2
4 rama	Brunoise fino	cilantro	0.20
2 unidad	Brunoise fino	ajo	0.10
Subtotal:			\$17.75/10=1.78
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>Lava y pela las papas, y resérvalas. En una sartén, realiza un refrito con cebolla, ajo, achiote y mantequilla. Licua el maní y la leche, y divide la mezcla en dos porciones (una para el caldo y otra para la crema de maní). Reserva. En una olla aparte, cocina el cuero con sal y cebolla, y reserva. En otra olla, incorpora el refrito, el cuero, las papas, agua y la mezcla licuada de maní y leche. En un recipiente aparte, lava el librilla y córtalo en pequeños pedazos. En otro recipiente, pica cilantro y cebolla blanca, y añade la crema de maní. Para emplatar, coloca cucharadas de caldo con una porción de cuero y librilla, y agrega la crema de maní.</p>		<p>Figura 32 <i>Papas con cuero y librilla</i></p>  <p><i>Nota: Adriana Changoluisa</i></p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	0.80	Costos por producir	2.18
Energía Eléctrica	0.30	Utilidad	0.98
Gas	0.25	Subtotal	3.15
Agua	0.20	Impuestos IVA 12%	0.38
Subtotal	1.6/4=0.35	TOTAL	3.45

Tabla 21*Receta del Yaguarlocro*

Nombre de la receta: Yaguarlocro			
Categoría: Cocina ecuatoriana		Número de porciones: 10 porciones	
Cantidad	Mide place	Ingrediente	costo de la receta
1 unidad	cubos	Menudo de borrego	15
15 libras	torneado	papas	9.00
10 ramas	Brunoise fino	Cebolla	1.00
3 unidad	julianas	Peiteña	0.50
2 unidad	rodajas	Tomate	0.30
1 unidad	Brunoise fino	pimiento	0.20
500 ml	ml	leche	0.50
20 gramos	Brunoise fino	Hierba buena	0.20
3 ramas	Brunoise fino	Cilantro	0.25
2	unidades	aguacate	1.00
Subtotal:			27.95/10= \$2.79
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>-Lavar y picar las papas, conservamos. -En una olla colocamos la sangre de borrego y cocinamos -Una vez cocinada la sangre, exprimir y colocar en un sartén y saltear con cebolla, cilantro y ajo, conservamos. -Cortar rodajas de tomate y colocar en un recipiente. -Cortar peiteña finamente y colocar en un recipiente -Cortar el aguacate 5 pedazos iguales, conservar -Cortar cebolla y cilantro en un recipiente y conservar. -Por otro lado, lavar el menudo de borrego con limón, vinagre, sal y hierbabuena. En una olla colocar el menudo ya lavado aprox. 40 min. -Una vez lavado el menudo cortar en pequeños pedazos. En un sartén realizar un refrito de cebolla, ajo, pimiento, verter el refrito en la olla del menudo Ubicamos las papas, sal y achiote. Emplatado: Colocar cucharas de sopa juntamente</p>		<p style="text-align: center;">Figura 33 Yaguarlocro</p> 	
		<i>Nota: Adriana Changoluisa</i>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	0.30	Costos por producir	2.95
Energía Eléctrica	0.10	Utilidad 45%	1.33
Gas	0.10	Subtotal	4.27
Agua	0.10	IVA 12%	0.51
Subtotal	=0.15	TOTAL:	\$4.78

Tabla 22
Receta de cuy asado

Nombre de la receta: cuy asado			
Categoría: Cocina tradicional		Número de porciones: 5porciones	
Cantidad	Mice place	Ingrediente	costo de la receta
1 unidad	presas	cuy	\$8.00
5 libras	torneado	Papas medianas	\$2.00
1 unidad	hojas	Lechuga	\$0.50
1 unidad	tajas	Aguacate	\$0.50
1 unidad	rodajas	Tomate	\$0.25
6 unidad	brunoise	Cebolla	\$0.75
10 unidad	Brunoise fino	ajo	\$1.00
1 kg	kg	carbón	\$1.00
1 unidad	unidad	limón	0.15
15 gr	15 gr	sal	0.25
Subtotal:			14.04/5 \$2.88
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>-Lavar y cortar las papas -En una olla colocar las papas y cocinar con sal y cebolla. Escurrir las papas y conservar en un recipiente para mantener el calor. Deshojar la lechuga, picar el tomate en rodaja y partir el aguacate en pedazos iguales. Por otro lado, una vez faenado el cuy aliñar con ajo, comino, orégano y achiote Lavar los órganos del cuy con limón y sal En una olla pequeña cocinar los órganos Una vez cocinado los órganos picar finamente y conservar. Sarsa: En un sartén agregamos cebolla picada en cubos pequeños, mantequilla y achiote, finalmente agregamos los órganos picados, leche y maní licuado -En la parrilla encender el carbón -Colocar los cuyes en los palos para llevar a la parrilla hasta dorarlos Emplatado: Colocamos papas, una hoja de lechuga, sarsa, tomate y aguacate.</p>		<p>Figura 34 <i>Cuy Asado</i></p>  <p>Nota: Pagina social de “Hornado pastuso EL PUPO” Al ser un producto que se desea implementar en el menú acorde al estudio de mercado, se ha buscado una imagen semejante al que se desea brindar</p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	1.00	Costos por producir	3.28
Energía Eléctrica	0.25	Utilidad 45%	1.47
Gas	0.25	Subtotal	4.75
Agua	0.50	IVA 12%	0.57
Subtotal	2/5=0.40	TOTAL:	\$5.32

Tabla 23

Receta de chicha de Jora


Nombre de la receta: Chica de Jora			
Categoría: Cocina tradicional		Número de porciones: 20 litros	
Cantidad	Unidad de medida	de Ingrediente	costo de la receta
2	libra	jora	\$2.00
3	oz	Canela	0.50
3	oz	Anís verde	0.30
3	oz	Anís estrellado	0.30
3	Oz	Pimienta de dulce	0.30
3	oz	Hierba luisa	0.25
3	Oz	Cedrón	0.25
3	oz	Toronjil	0.25
3	Oz	Tomillo	0.25
3	oz	Manzanilla	0.25
1	unidad	Hoja de naranja	0.25
1	unidad	piña	1.00
10	unidades	Naranjillas	2.00
2	Kg	Panela	1.50
Subtotal:			9.40/20 0.47
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>En 20 litros de agua colocamos la jora y las hierbas de dulce, canela, anís, pimienta cocinar aproximadamente por 1 hora. Dejamos enfriar por 1 hora aprox. Licuar la naranjilla y la piña Una vez frío, colocamos el licado de naranjilla, piña y colocamos la panela Dejamos reposar por aproximadamente 12 horas. Colamos y servimos</p>		<p>Figura 35 <i>Chicha de jora</i></p>  <p><i>Nota: Adriana Changoluisa</i></p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	2.00	Costos por producir	0.77
Energía Eléctrica	0.50	Utilidad 45%	0.34
Gas	1.00	Subtotal	1.11
Agua	2.50	IVA 12%	0.13
Subtotal	6/20=0.30	TOTAL:	1.24 el litro

Tabla 24*Receta de pristiños con miel*

Nombre de la receta: pristiños con miel			
Categoría: Cocina tradicional		Número de porciones: 125	
Cantidad	Unidad de medida	Ingrediente	costo de la receta
5 libras	libras	harina	2.50
3 hz	hz	levadura	0.75
220 gramos	gramos	mantequilla	1.00
15 gramos	gramos	sal	0.10
2 libras	libras	panela	2,00
15 gramos	gramos	anís	0.25
15 gramos	gramos	canela	0.25
1	litro	aceite	2.5
Subtotal:			9.35/125=0.07
Procedimiento		Fotografía Referencial	
<p>Miel de panela: El 1 litro de agua ubicar la panela, el anís y canela por 40 min aprox, llevar a cocción.</p> <p>Pristiños: En un recipiente colocamos la harina y realizamos un orificio en la mitad para colocar 1 litro de agua tibia, mantequilla, sal, levadura y amasar por aprox. 15 minutos. Dejamos reposar la masa, tapar con plástico Film</p> <p>Una vez fermentado, realizamos pequeños discos.</p> <p>Dejar reposar en temperatura ambiente aprox. por 15 min.</p> <p>Con ayuda de un rodillo extendemos los discos para formar los pristiños y con un cuchillo realizar pequeños cortes alrededor.</p> <p>En un sartén colocar el litro de aceite, una vez caliente colocar los pristiños y freímos.</p> <p>Emplatado: En un plato tendido colocar los pristiños juntamente con la miel de panela.</p>		<p>Figura 36 <i>Pristiños con miel</i></p>  <p><i>Nota: Adriana Changoluisa</i></p>	
Suministros y servicios de gastos	Gastos	Elementos	P.V.P.
Gastos Administrativos	2.00	Costos por producir	0.06
Energía Eléctrica	2.00	Utilidad 45%	0.06
Gas	1.25	Subtotal	0.19
Agua	1.00	IVA 12%	0.02
Subtotal	6.25/125=0.05	TOTAL:	\$0.21

10.1.9. Flujogramas

A continuación, se representa los distintos flujogramas que describen los procesos principales que se relaciona con la operación del restaurante:

Figura 37

Flujograma de proceso de atención

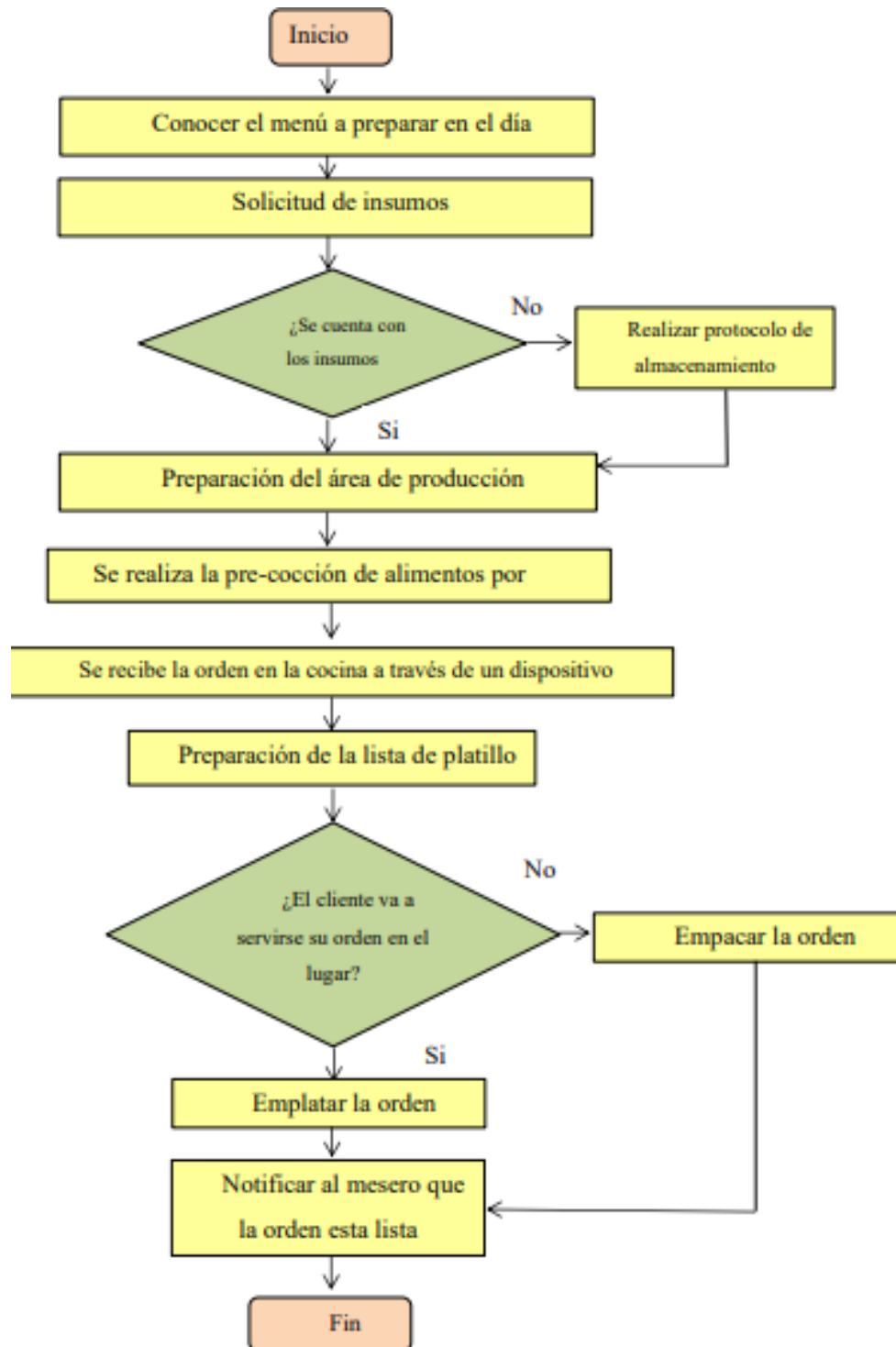


Figura 38

Flujograma del proceso de almacenamiento de materia prima

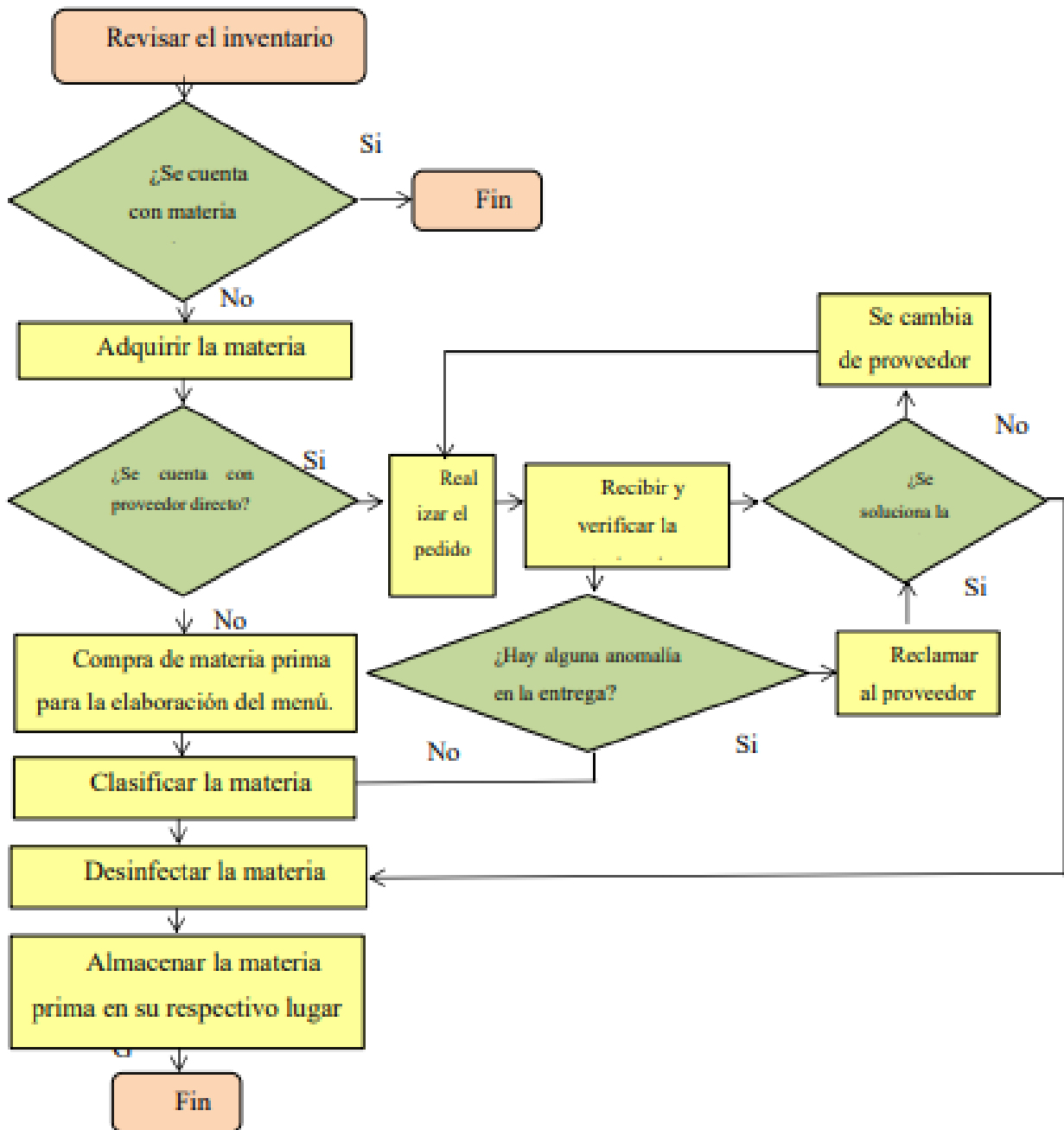


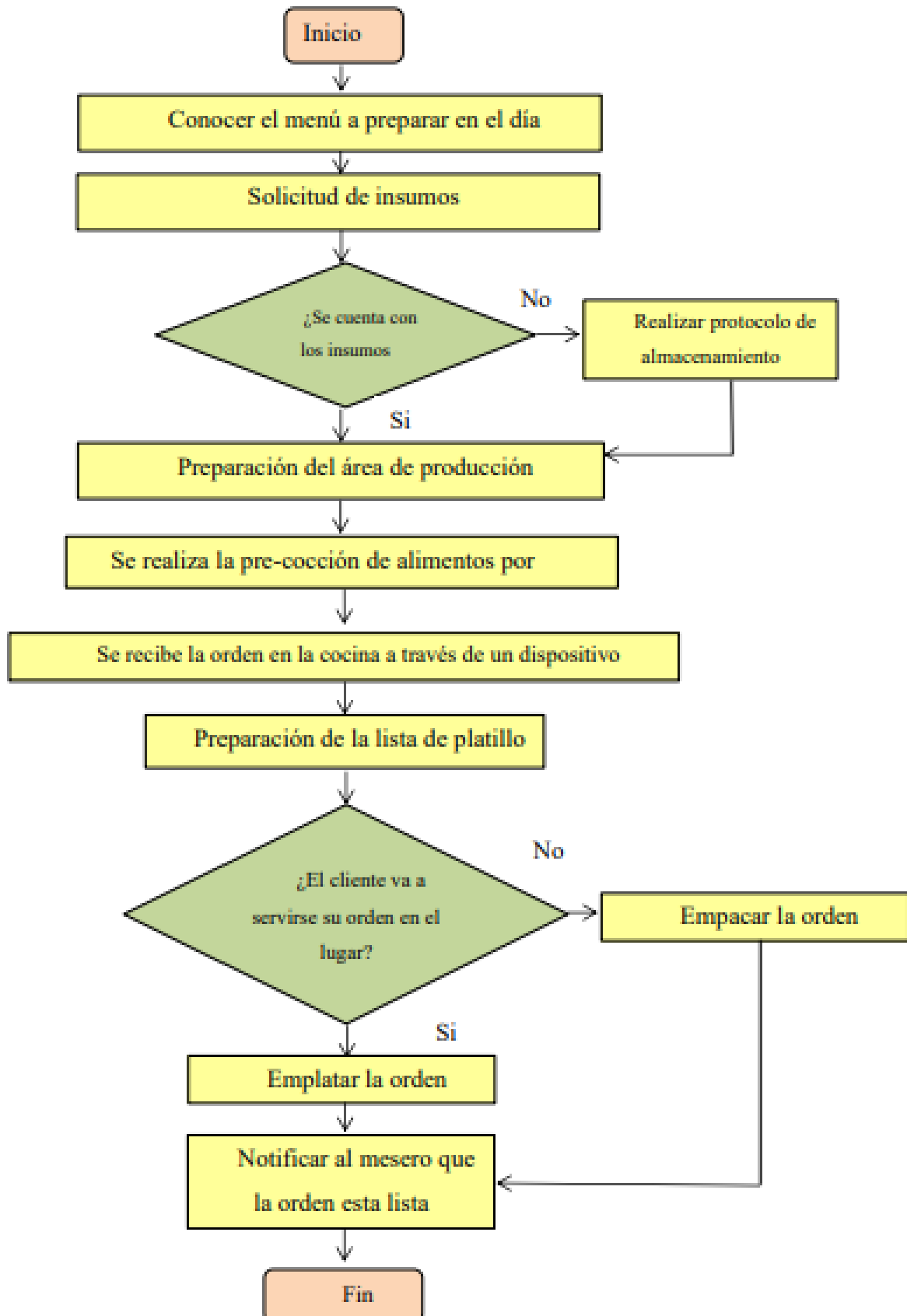
Figura 39*Flujograma de la elaboración de los platos del menú*

Figura 40

Flujograma de limpieza

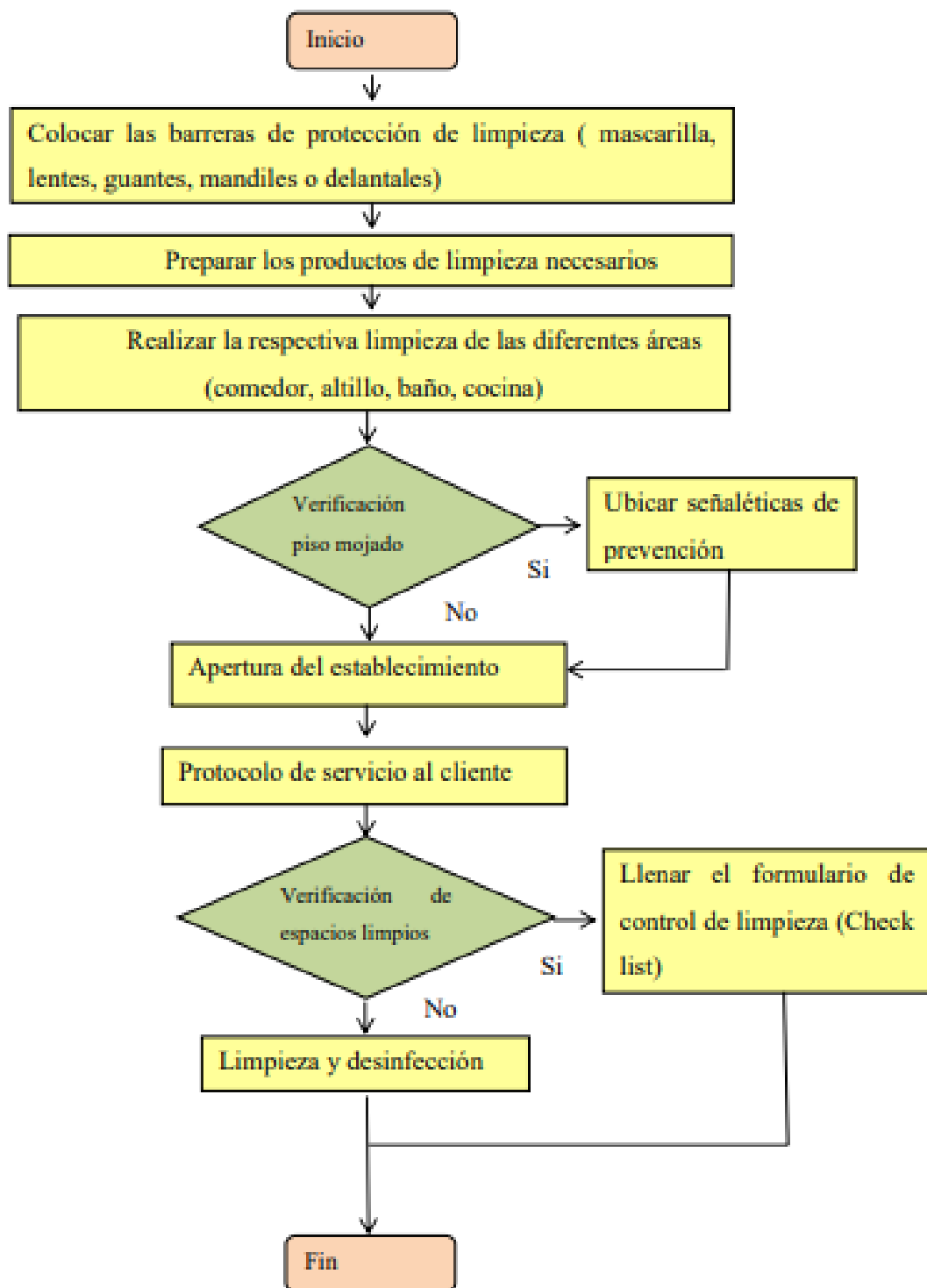
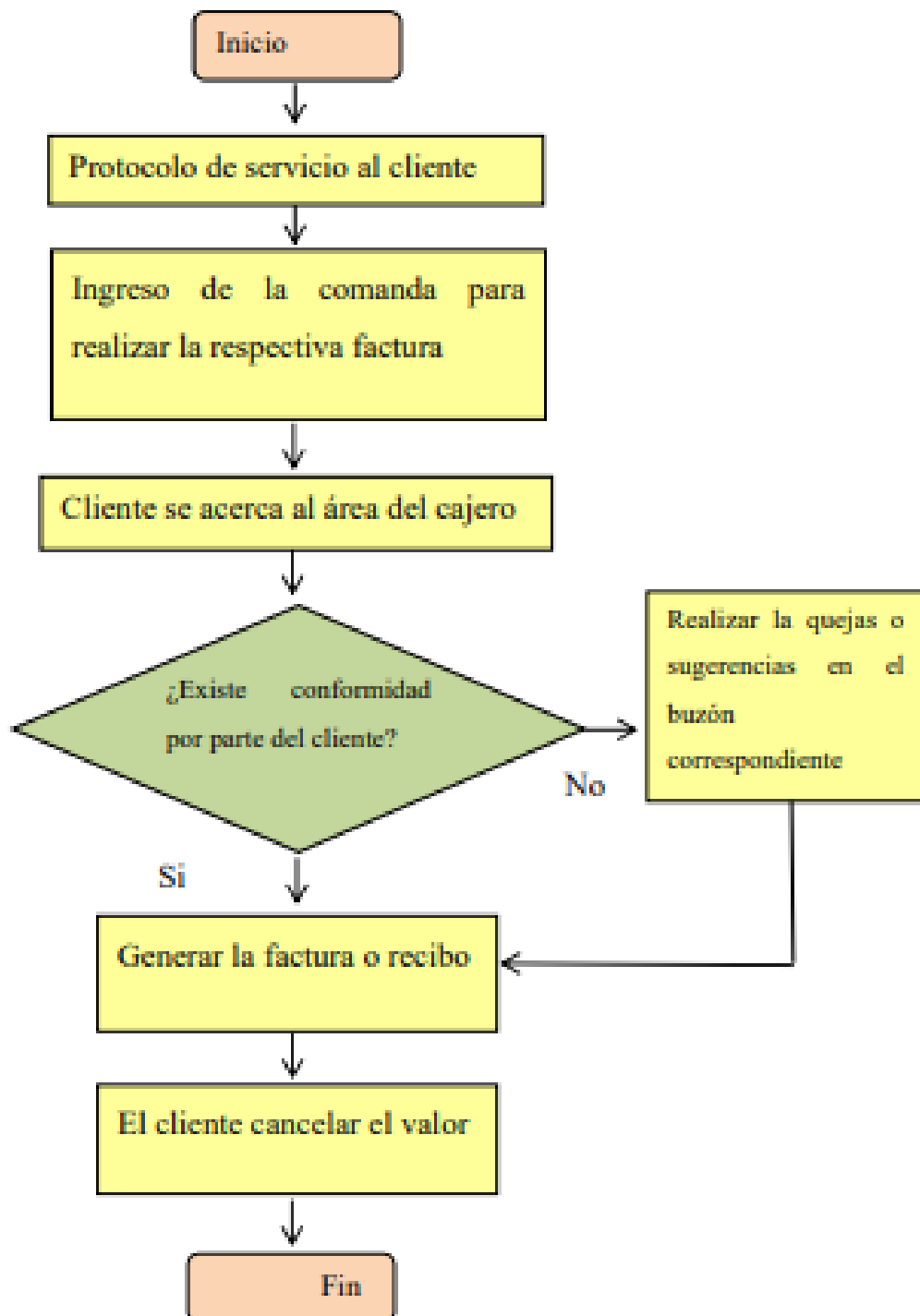


Figura 41*Flujograma del cajero*

10.1.9. Análisis de comercialización

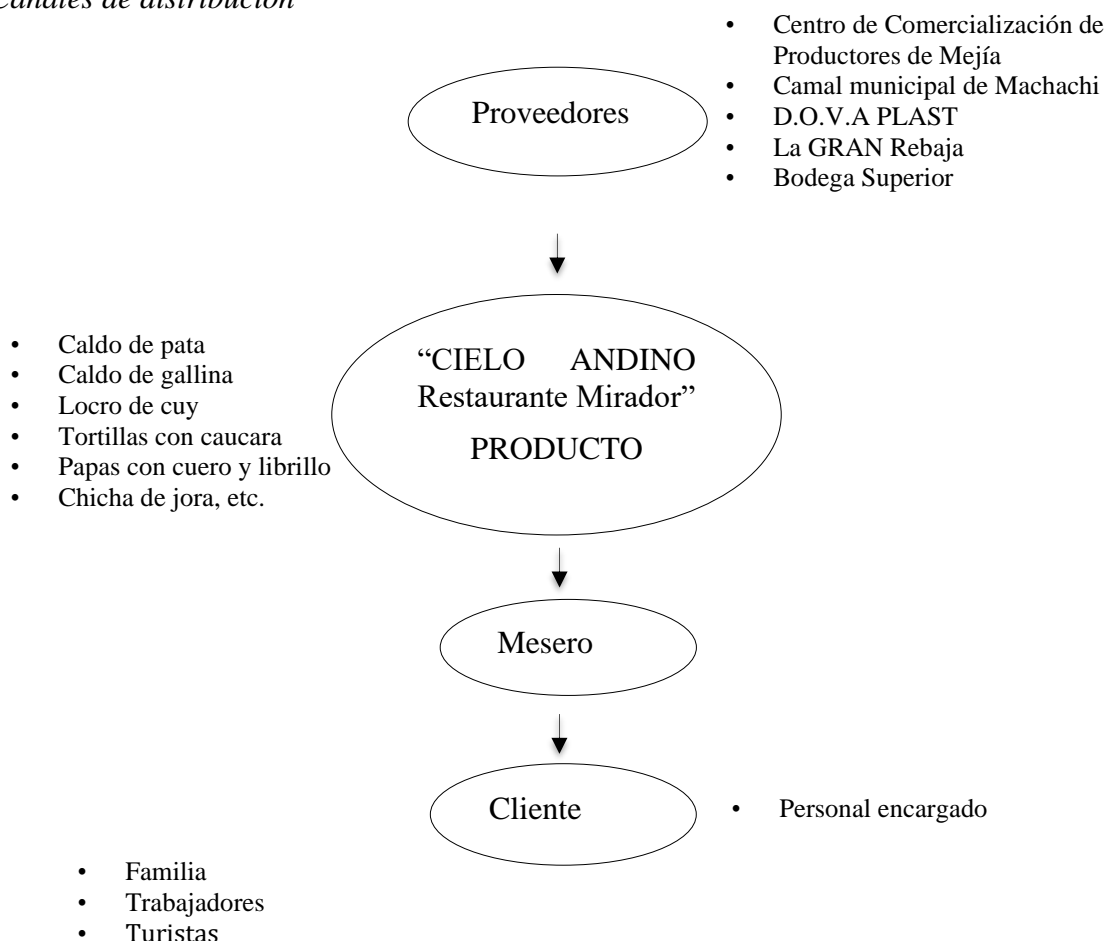
Para ofertar los servicios que brindara el restaurante “Cielo Andino” utilizaremos las siguientes técnicas de marketing para difundir el servicio.

10.1.10.1 Canales de distribución

La distribución de los productos será de forma directa, ya que el mismo no tiene intermediarios, nosotros somos los encargados de producir y entregar al consumidor. El consumidor es el que adquiere nuestro producto en las instalaciones. Lo que resalta de esta estrategia es la ubicación del restaurante:

Figura 42

Canales de distribución



Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

10.1.10.2. Comunicación

La publicidad debe ser orientada y contextual, enfocada en campañas regionales o locales para atraer clientes con las palabras más adecuadas que promocionen nuestra marca y eslogan. Para esto, se designó al establecimiento con el nombre de Cielo Andino Restaurante Mirador, bajo el eslogan ' Tradición que perdura.'

- **Nombre del restaurante**

El restaurante tendrá en nombre de Cielo Andino Restaurante Mirador, el cual busca transmitir a sus clientes la maravillosa experiencia de disfrutar de la impresionante vista del cielo andino mientras saborean exquisitos platos de la gastronomía tradicional ecuatoriana.

El objetivo es crear un ambiente donde la naturaleza y la cultura se fusionen, permitiendo a los comensales sumergirse en la belleza de los Andes mientras se deleitan con sabores y aromas únicos de la cocina local.

- **Imagen corporativa del restaurante**

Figura 43

Imagen corporativa del restaurante



Nota: Elaborado a partir de JIMDO

El imagotipo representa la agrupación de los elementos que se desea transmitir al cliente descritos a continuación:

Cielo: Se ha tomado como referencia a las aves que se puede visualizar en algunas ocasiones en los alrededores de las instalaciones, además transmite aquella libertad de volar por los cielos

Figura 44

Cielo



Andino: Las montañas representan las distintas elevaciones que nos rodean y a la vez que conforman en denominado “Valle de los 9 volcanes”, tales como el cerro Corazón, Volcán Ilinizas, Volcán Rumiñahui, Volcán Pasochoa.

Figura 45

Andino



Restaurante: Los utensilios representan la forma en la que se disfruta y se comparte la comida en la cultura ecuatoriana. La cuchara se utiliza para saborear locros y caldos mientras que el tenedor se utiliza para comer platos sólidos como carnes, arroces, legumbres y otros alimentos.

Figura 46

Restaurante



- **Slogan**

“Tradición que perdura”

Este eslogan refleja la durabilidad y la continuidad de la autenticidad y la herencia cultural en la comida tradicional ecuatoriana. Este enfoque en la perdurabilidad de la tradición resalta la importancia de preservar y disfrutar de las raíces culinarias que han resistido el paso del tiempo.

10.2. ESTUDIO TÉCNICO

El segundo paso del presente estudio está enfocado en establecer parámetros con respecto a la magnitud, localización y operatividad del restaurante. Dichos aspectos permiten el funcionamiento adecuado de las actividades a ejecutarse para lograr el óptimo desenvolvimiento en el mercado.

10.2.1. Localización del proyecto

En la determinación de la ubicación adecuada para el proyecto, se ha dividido en dos aspectos clave con el fin de tomar decisiones más informadas que contribuyan al éxito y rentabilidad del proyecto. Estos aspectos son la macro localización y la micro localización.

10.2.1.1 Macrolocalización

Desde el punto de vista de la macrolocalización, el proyecto estará ubicado en la región Sierra, provincia de Pichincha, cantón Mejía.

A continuación, se representa un análisis de los factores que influirán en esta macrolocalización.

Tabla 25

Factores determinantes de la macrolocalización

Factores determinantes de la macrolocalización	
Localización del mercado de consumo	-Locales -Ciclistas -Turistas nacionales y extranjeros que visitan el P.N.Cotopaxi (Control Norte), la cascada de Fuego, haciendas turísticas.
Fuentes de materias primas	-Parroquia urbana de Machachi
Disponibilidad de mano de obra	-Se empleará personal del barrio y del cantón.
Facilidades de transporte	-Terrestre: Transporte urbano y rural: compañía de buses Trans Machacheñas

	-Transporte intercantonal: compañía de buses - -Trans. Mejía y Carlos Brito -Trasporte privado: compañía de taxis Pablo Guarderas -Trasporte privado: Compañía de trasporte de carga liviana Transtejar Disponible
Fuentes de suministro de agua	
Disponibilidad de energía eléctrica y combustible	La empresa eléctrica Quito dispone de energía eléctrica en el barrio. Estaciones de servicio se encuentran aproximadamente a 5 km del lugar.
Disposiciones legales, fiscales o de política económica	Ordenanzas de construcción: Municipio del Cantón Mejía Permisos, licencia única: Dirección Provincial de Turismo
Servicios públicos diversos	Disponibles

Nota: Elaborado a partir de Álvarez J. (2011)

Esta tabla muestra los factores fundamentales para determinar la ubicación óptima del proyecto a nivel de la macrolocalización y por lo tanto se determina que los factores son favorables para la macrolocalización del proyecto, ya que no se identificó ningún impedimento importante para su ejecución.

10.2.2.2. Microlocalización

Desde el enfoque de la microlocalización, el proyecto estará ubicado en el barrio Gütig Alto, siendo esta una zona rural. Por otro lado, a partir de la aplicación denominada “GPS Map Cámara” se evidencio la latitud y longitud de la ubicación del sitio.

- **Latitud:** -0.511246°
- **Longitud:** -78.521756°

Además, se representa en la siguiente figura del lugar exacto donde se desarrolla el proyecto.

Figura 47*Microlocalización*

Nota: Elaborado a partir de: Google Maps

Se presenta la vista panorámica del sitio, lo que demuestra que ya dispone de una infraestructura, la cual fue utilizada para realizar la prueba inicial para el estudio de mercado.

Además, para la evaluación de la macrolocalización se consideraron los siguientes factores determinantes, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 26*Factores determinantes de la microlocalización*

Factores determinantes de la Microlocalización	
Tipo de edificio	Rústico
Área Requerida	161m ²
Disponibilidad de mano de obra	Uso de mano obra del barrio, parroquia o parroquias aledañas.
Necesidades de líneas férreas, carreras y otros medias	Vías de segundo y tercer orden.
Consumo de agua, luz y energía	Disponibilidad de servicios como agua, desagües, energía eléctrica, indispensables para cualquier construcción sea o no turística.
Volúmenes y residuos de agua	Uso de volumen de agua mínimos.
Otros contaminantes.	Estos servicios son fundamentales para cualquier tipo de construcción, ya sea turística o no, con el uso mínimo de volumen de agua. Cualquier actividad o proyecto de construcción civil o ingeniería tiene un impacto ambiental, por lo que es importante considerar todos estos aspectos que ayuden a reducir o mitigar dichos impactos, especialmente durante la fase de construcción del establecimiento y la limpieza del área.

Nota: Elaborado a partir de Álvarez J. (2011)

Se evidencia que los factores son favorables para la ubicación específica del proyecto, ya que no se identificaron limitaciones significativas que puedan afectar su implementación

Por otro lado, según el autor (Álvarez, 2011), considera que la productividad de la localización de un proyecto depende de varios factores que se dividen en decisivos, importantes y deseables

- **Factores decisivos** representan con un máximo de 60 puntos de la evaluación total, representado en un 60%.
- **Factores importantes** se evalúan con un máximo de 25 puntos de la evaluación total, representados por el 30%.
- **Factores deseables** se les asigna con un máximo de 15 puntos de la evaluación total, representados por el 10%

Es así como se realiza una evaluación de cada factor, a través de la observación directa considerando que cada factor se evalúa en una escala de 0 a 5 puntos divididos presentados a continuación:

Tabla 27

Límites de evaluación de la localización del proyecto

Puntos	Significado del factor
0	Inexistente
1	Pobre
2	Regular
3	Bueno
4	Excelente
5	Óptimo

Nota: Elaborado a partir de Álvarez J. (2011)

Tabla 28

Evaluación de factores decisivos

1. Existencia de vías de comunicación	
a) Localización sobre caminos vecinales	5
b) Localización sobre carreteras sin continuidad	2
c) Localización sobre carreteras continuas, pero que no unen directamente polos económicos	2
d) Localización sobre carreteras sin continuidad, pero que unen dos polos económicos	3
e) Localización sobre carreteras continuas que unen varios polos económicos	3
f) Localización sobre carreteras de enlace internacional	1
Subtotal 1	3
2. Seguridad de conducción	

a) Vías con trazado y superficie defectuosos, o montañosas	1
b) Vías con trazados defectuosos, superficie normal, montañosas	1
c) Vías con trazado normal, superficies defectuosas, montañosas	1
d) Vías con trazado y superficie defectuosos, topografía variada	2
e) Vías con trazado defectuoso, superficie normal topografía variada	1
f) Vías con trazado normal, superficie defectuosa, topografía variada	1
g) Vías con trazado y superficie defectuosos, planas	1
h) Vías con trazado defectuoso, superficie normal, planas	1
i) Vías con trazado normal, superficie defectuosa, planas	1
j) Vías con trazado y superficie normales, montañosas	2
k) Vías con trazado y superficies normales, topografía variada	3
l) Vías con trazado y superficie normales, planas	3
Subtotal 2	2
3. Intensidad del tránsito	
a) Vías con alto volumen de tránsito diario	5
b) Vías con mediano volumen de tránsito diario	3
c) Vías con bajo volumen de tránsito diario	2
d) Vías con alto volumen de tránsito durante un fin de semana	5
Subtotal 3	4
4. Distancia-tiempo a centros urbanos mayores (a sitiospotenciales)	
a) Mayores de tres horas	2
b) Entre dos y tres horas	2
c) A noventa minutos	2
d) A sesenta minutos	2
e) A cuarenta y cinco minutos	4
f) A treinta y cinco minutos	4
Subtotal 4	3
5. Disponibilidad de agua	
a) De acueducto con planta	4
b) De acueducto incompleto	3
c) De pozo, río o lago, de difícil tratamiento	2
d) Que requiere tratamiento químico o físico	1
e) Que requiere solo tratamiento físico	1
f) De pozo de notable profundidad	0
g) De pozo de mediana profundidad	0
Subtotal 5	2
6. Disponibilidad de energía eléctrica	
a) Al pie de línea de bajo voltaje	5
b) Al pie de línea de alto voltaje	5
c) Hasta 500 metros de una línea	3
d) A 1000 metros de una línea	3
e) A 2000 metros de una línea	3
f) A más de 3000 metros de una línea	3
g) Inexistente	0
Subtotal 6	3
7. Disponibilidad de comunicaciones telefónicas	
a) Al pie de línea	5
b) Hasta 500 metros de una línea	4
c) A 1000 metros de una línea	3
d) A 2000 metros de una línea	2

e) A más de 3000 metros de una línea	1
f) Requiere equipo radiotelefónico	0
Subtotal 7	3
8. Disponibilidad de terrenos	
a) Espacio disponible para desarrollar ampliamente un centro integrado	5
b) Espacio disponible para desarrollar, con ciertas limitaciones, un centro integrado	3
c) Espacio disponible que ya afecta notoriamente el desarrollo de un centro integrado	1
d) Espacio disponible sólo para el desarrollo de la instalación hotelera	3
Subtotal 8	3
9. Atractivo turístico	
a) Lugares de interés turístico ya desarrollados	5
b) Lugares de interés turístico especial que ya manifiesta un desarrollo incipiente	4
c) Lugares de interés turístico no desarrollados	3
d) Lugares con escasas posibilidades turísticas	2
e) Lugares monótonos	1
Subtotal 9	3
10. Calidad de desarrollos circunvecinos	
a) Presencia de tugurios cercanos	0
b) Desarrollos habitacionales obsoletos cercanos	0
c) Desarrollos industriales nocivos	0
d) Lugares con escasas posibilidades turísticas	0
e) Inexistencia de desarrollos circunvecinos distintos de los recreacionales	3
Subtotal 10	1
11. Condiciones sociales	
a) Zona de tranquilidad social	5
b) Zona de frecuente tranquilidad social	5
c) Zona de violencia	0
Subtotal 11	3
12. Condiciones de salubridad	
a) Zonas insalubres	0
b) Zonas de marcada humedad y temperatura alta, sujetas a desarrollo de plagas	0
c) Zonas de clima muy riguroso	2
d) Zonas de clima medio	2
Subtotal 12	1

Nota: Tomado del libro de formulación y evaluación de proyectos turísticos.

Tabla 29

Evaluación de factores importantes

1. Proximidad a las vías importantes (visualidad)	
a) Al pie de la vía	5
b) Visible a 500 metros	3
c) Visible a 1000 metros	4
d) Visible a más de 1000 metros	5
e) No visible a cualquier distancia	2
Subtotal 1	4
2. Costo del terreno	
a) Exorbitante	0

b) Muy alto	2
c) Algo más de lo normal	4
d) Bajo	3
e) Cesión gratuita	0
f) Arrendamiento por muy largo plazo por entidad oficial	1
Subtotal 2	2
3. Condiciones del subsuelo	
a) Condiciones inestables	0
b) Nivel freático muy alto (distancia de agua subterránea)	1
c) Afloraciones costosas de superar (materiales de valor significativo)	0
d) Condiciones aptas para cimentación de edificios bajos	5
Subtotal 3	2
4. Topografía	
a) Pendiente promedio hasta el 10%	5
b) Pendiente entre el 10% y el 15%	4
c) Pendiente entre el 15% y el 20%	3
d) Pendiente entre el 20% y el 30%	2
e) Pendiente entre el 30% y el 40%	1
f) Pendiente más de 40%	0
g) Terrenos demasiado planos	3
Subtotal 4	3

Nota: Tomado del libro de formulación y evaluación de proyectos turísticos.

Tabla 30

Evaluación de factores deseables

1. Disponibilidad de materiales y mano de obra	
a) Existentes en cantidad y buena calidad	5
b) Existentes en cantidad y calidad aceptable	5
c) Limitados, con sobrecostos normales por transporte	2
d) Escasos, con apreciables sobrecostos	1
e) Prácticamente inexistente	0
Subtotal 1	3
2. Condiciones meteorológicas	
a) Zonas notablemente brumosas (presencia de niebla)	2
b) Zonas de extrema precipitación y notaria frecuencia de tormentas eléctricas	1
c) Normales	5
Subtotal 2	3
3. Facilidades de desagües	
a) Desagües por gravedad a servidumbres que no ocasionan perjuicios o molestias, ni externas ni internas.	0
b) Desagües por bombeo o servidumbres como las anteriores	0
c) Desagües que requieren tratamiento de agua	5
Subtotal 3	2

Nota: : Elaborado a partir de Álvarez J.(2011)

Análisis de los factores de rentabilidad por localización

Después de realizar la evaluación correspondiente se ha obtenido diversos datos los cuales de analizaran posteriormente mediante números porcentuales. Se recolecto las características del área de estudio en donde se va a desarrollar el proyecto, tomando en cuenta factores físicos, climatológicos y accesibilidad.

Tabla 31

Análisis de los factores decisivos

Factores de la rentabilidad por localización		Puntaje
Factores Decisivos 60 puntos	1. Existencia de vías de comunicación	3
	2. Seguridad de conducción	2
	3. Intensidad de tránsito	4
	4. Distancia que separa los centros urbanos mayores y tiempo requerido para llegar a ellos	3
	5. Disponibilidad de agua	2
	6. Disponibilidad de energía eléctrica	3
	7. Disponibilidad de comunicaciones telefónicas	3
	8. Disponibilidad de terrenos	3
	9. Atractivos turísticos	3
	10. Calidad de los desarrollos circunvecinos	1
	11. Condiciones sociales	3
	12. Condiciones de salubridad	1
Total		31

Nota: : Elaborado a partir de Álvarez J.(2011)

La suma total de los factores decisivos es de 31 puntos, lo que significa que se obtiene una calificación promedio, debido a que la ponderación total es de 60 puntos.

Tabla 32

Análisis de los factores importantes

Factores de la rentabilidad por localización		Puntaje
Factores Importantes 25 puntos	1. Proximidad a las vías principales	4
	2. Costo del terreno	2
	3. Condiciones del subsuelo	2
	4. Topografía	3
Total		11

Nota: : Elaborado a partir de Álvarez J.(2011)

La suma total de los factores importantes es de 11 puntos, lo que significa que se obtiene una calificación media baja debido a que la ponderación total es de 25 puntos.

Tabla 33*Análisis de los factores deseables*

Factores de la rentabilidad por localización		Puntaje
Factores Deseables 10%	1. Disponibilidad de materiales y mano de obra	3
	2. Condiciones meteorológicas	3
	3. Facilidad en lo que toca a desagües	2
Total		8

Nota: : Elaborado a partir de Álvarez J.(2011)

La suma total de los factores importantes es de 7 puntos, lo que significa que se obtiene una calificación baja, debido a que la ponderación total es de 15 puntos.

Análisis final de los factores de rentabilidad por localización

Al efectuar la suma para todos los grupos de factores, se podrán establecer las comparaciones cuantitativas entre las diferentes posibilidades que se está estudiando, presentado a continuación:

Tabla 34*Criterios de calificación final*

Cuadro Final	
Puntuación Total	Ubicación
0-15	Descartable
16-35	Malo
36-55	Regular
56-75	Bueno
76-95	Excelente
96-100	Óptimo

Nota: : Elaborado a partir de Álvarez J.(2011)

A través de la ponderación establecidos en la tabla se obtiene la calificación final.

Tabla 35*Calificación final- factores de rentabilidad por localización*

Calificación Final				
	Factores	Puntos	%	Ubicación
	Decisivos (60 pts.- 60%)	31	31%	REGULAR
Localización de Proyectos Turísticos	Importantes (25 pts.-30%)	11	13%	
	Deseables (15 pts.-10%)	8	5.3%	

Total	(100 pts.-100%)	50	(49.5%) 50%
-------	-----------------	----	----------------

Nota: : Elaborado a partir de Álvarez J.(2011)

Los resultados obtenidos, han arrojado datos que resultan positivos en cuanto a la localización de proyectos turísticos. Dentro de los parámetros establecidos el proyecto se ubica en la categoría de evaluación "REGULAR" (de 36-55), dado que su puntuación es de 50 puntos.

10.2.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto, involucro la participación de la empresa de ingeniería civil, denominada INGENIUM, asegurando la aplicación de conocimientos técnicos especializados en la creación del restaurante, mientras que la asesoría de una chef garantizó la alineación del diseño del restaurante y del menú.

En este caso en particular, el inicio de la ingeniería del proyecto se basó en la infraestructura ya existente en el terreno seleccionado para la construcción, lo que asegura la optimización de los recursos existentes y la creación de un espacio funcional que aprovecha al máximo las instalaciones preexistentes.

Por otro lado, el estudio de mercado previamente elaborado desempeña un papel fundamental en este contexto debido a la comprensión de las preferencia y necesidades de los potenciales clientes, lo cual puede influir en la selección de menú, el estilo y el ambiente del establecimiento.

Finalmente, de acuerdo con lo mencionado anteriormente, la distribución del restaurante comprenderá tres plantas, las cuales se visualiza y describe a continuación.

Figura 48

Visualización general de la distribución del restaurante.



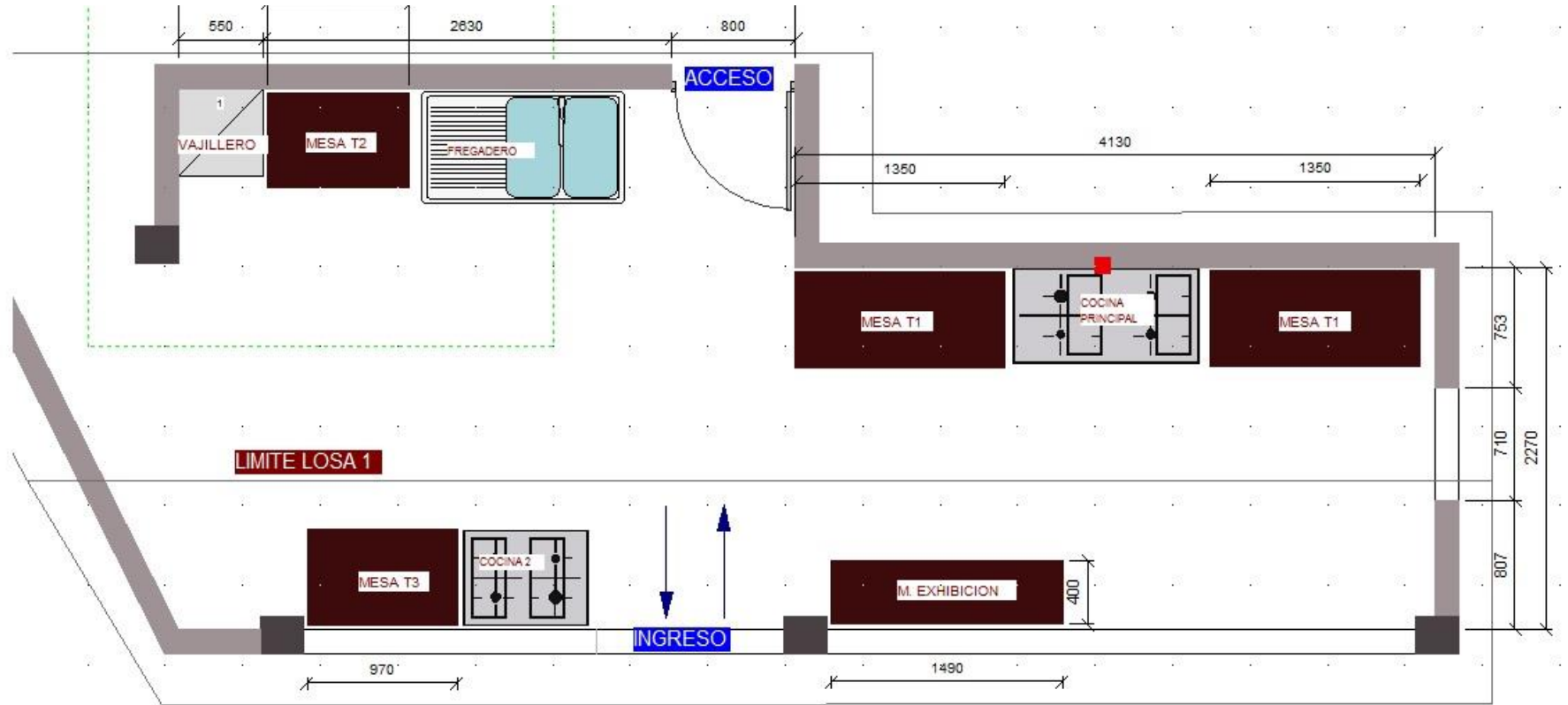
Nota: El presente grafico se muestra la distribución del establecimiento, por INGENIUM

El establecimiento contará con tres plantas con un total de 161 m², siendo la planta baja elaborada con hormigón armado, mientras que la planta central y alta estarán elaboradas con estructura metálica. El techado estará compuesto por tejas españolas de PVC color rojo. Los colores utilizados tanto en el interior como en el exterior serán el verde y el blanco, en referencia a la marca del establecimiento y en armonía con el entorno. En el interior se han planificado diferentes dinámicas, con un estilo minimalista en la parte central y una temática chacarera en la parte alta, considerando la aceptación de dicha temática en el estudio de mercado.

10.2.3.1. Planta baja

Esta área cuenta con un metraje de 18.2 m², compuesta principalmente del área de producción y servicio, se distingue por tener grandes ventanales a través de los cuales los comensales pueden observar el proceso de elaboración de los alimentos, a diferencia de otros establecimientos donde los comensales solo ven el resultado final.

Figura 49
Plano de la distribución de la planta baja



Nota: Distribución general de planta baja., por: INGENIUM

Acorde a las especificaciones técnicas para el diseño de la parte baja, incluye la ubicación de la campana, las cocinas, la bodega de la siguiente manera:

- **Cocina:** Espacio destinado a la preparación de alimentos crudos mediante el uso de calor, equipado con una cocina principal y una secundaria con sus respectivas campanas de extracción de humo.
 - **Áreas de preparación:** Incluye estanterías para la colocación de los productos que se va a utilizar durante la preparación, además de cuatro mesas de trabajo divididas por áreas según el menú a preparar, una de las mesas funciona como mesa exhibidora para que los comensales puedan observar la elaboración de los platos.
 - **Área de almacenamiento:** Espacio designado para recibir la mercancía de los proveedores, que incluyen bodegas para productos secos como cereales, granos, enlatados, huevos, frutas y verduras.
 - **Área de lavado:** Equipado con un vajillero y fregadero de dos pozos.
- **Zona fría:** Espacio equipado con dispositivos de refrigeración para conservar los productos que no se utilizan de manera inmediata.
- **Zona de baño:** Un baño destinado para los empleados

10.2.3.2. Planta central

Esta área tiene un metraje de 63m², compuesta por el salón principal, posee unos ventanales amplios para apreciar el panorama que ofrece Güitig Alto.

Con respecto a mobiliario, las mesas están diseñadas para cuatro personas, de acuerdo con el estudio de mercado que indica que la mayoría de los clientes acuden a este tipo de restaurantes acompañados de su familia, compuesta por 3 a 5 integrantes. El diseño de las mesas es adaptable en caso de que se necesite unir las y ampliar el espacio. Además, se contará con una mini cocina/bar de 31m² y baños con tocador de 6m².

Para acceder a la planta central, se dispone de grada la cual cuenta con un diseño de rampa adaptada para sillas de ruedas, se han tomado las medidas necesarias para asegurar que el establecimiento sea completamente accesible para todos.

A continuación, se presenta la distribución de la planta central de la siguiente manera:

Figura 50
Plano de la distribución de la planta central.



Nota: Distribución general de planta central., por: INGENIUM

Acorde a las especificaciones técnicas para el diseño de la parte central, incluye la ubicación de las mesas, la barra, los baños de la siguiente manera:

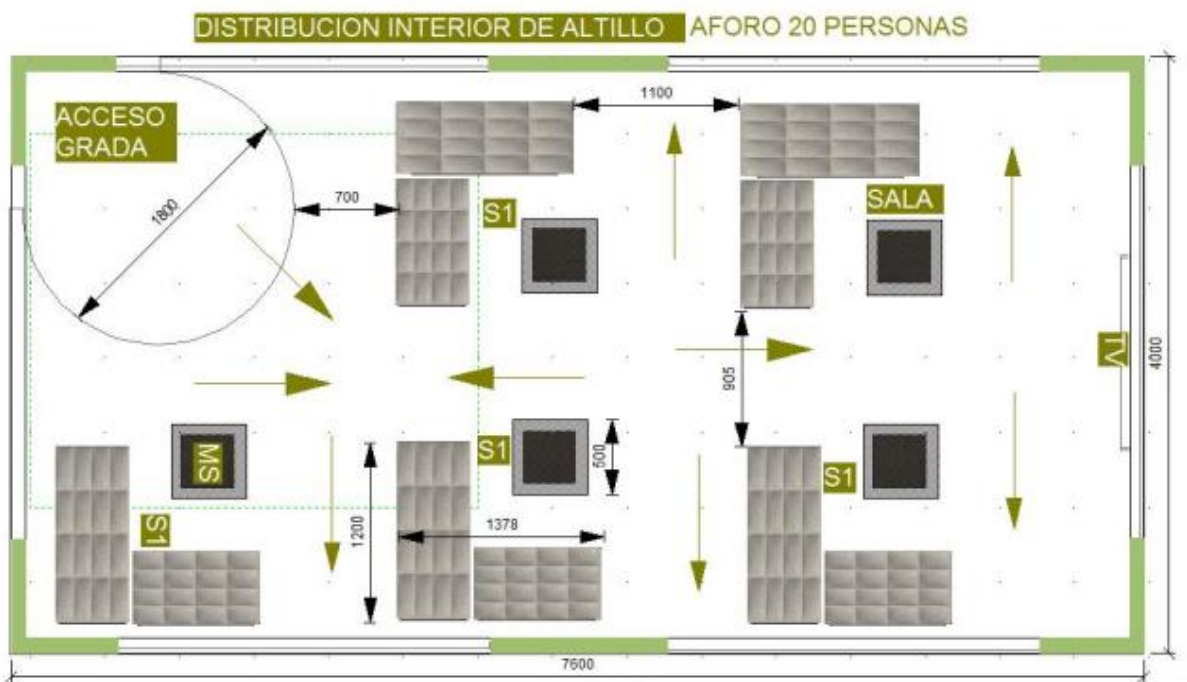
- **Área del salón:** La capacidad instalada del restaurante será de 50 comensales distribuida en 14 mesas.
 - **Zona de la barra:** Esta compuesta por una barra tipo mostrador, estanterías altas para portar copas y mostradores frigoríficos para expender bebidas.
 - **Zona de punto de pago:** Incluye una caja registradora, donde los comensales se acercan a cancelar su pedido.
- **Zona de baños:** Los baños están divididos para hombres y mujeres, con un tocador que cuenta con dos lavamanos y un espejo. Además, el baño de mujeres cuenta con adaptaciones para asegurar la accesibilidad de las personas que utilizan sillas de ruedas.

10.2.3.3. Planta Alta

La planta alta se destina a un espacio V.I.P. que permite la realización de eventos más privados y reservados. Tiene una superficie de 29.25m² y capacidad para 20 personas.

Figura 03.

Plano de la distribución de la planta alta



Nota: Distribución general de planta alta., por: INGENIUM

La planta alta cuenta con amplios ventanales que ofrecen vistas de las diferentes elevaciones del entorno, incluyendo el cerro Corazón, el volcán Ilinizas al noroeste, el volcán Rumiñahui al sur, y el volcán Pasochoa al noroeste.

Para acceder a esta planta se cuenta con una grada tipo caracol, se contará con sillonería y decoración acorde a la temática de la cultura Chacarea.

10.2.4. Requerimientos

En este apartado se detalla los requerimientos para cada una de las áreas del restaurante, divididos en equipos, herramientas, muebles, enseres y vehículos, subdivididos por cada área mencionadas anteriormente.

Tabla 36

Equipo de cocina

EQUIPO DE COCINA			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	valor total
Set de 2 cocinas de quemadores y			
una freidora industrial	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Cilindro de gas	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Extractor de olores	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Licuadaora	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Batidora	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Congelador	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Refrigerador	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Extintor contra incendios	2	\$ 85,00	\$ 170,00
Dispensador de Jugos	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Balanza	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Microondas	1	\$ 180,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 5.245,00

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

El análisis de la tabla nos permite obtener la información que necesitamos para respaldar los costos, ya sea el valor por unidad o el valor total, lo que nos permite conocer la cantidad de dinero necesita para adquirir los equipos. Según el análisis, el subtotal es de **\$5.245,00**

Tabla 37*Utencillos de cocina*

UTENCILLOS DE COCINA			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	valor total
Olla aluminio 20 litros	3	\$ 39,50	\$ 118,50
Olla aluminio 10 litros	3	\$ 26,50	\$ 79,50
Olla aluminio 5 litros	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Olla aluminio 3 litros	3	\$ 12,50	\$ 37,50
Sartén	3	\$ 15,00	\$ 45,00
Recipiente acero inoxidable	4	\$ 8,95	\$ 35,80
Cernidores de alambre	3	\$ 4,80	\$ 14,40
Cernidores de plástico	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Pinzas multiusos	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Espátulas ranura	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Espátula madera	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Afilador de cuchillos	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Cuchillo para legumbres	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Cuchillos varios	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Tabla de picar	3	\$ 6,50	\$ 19,50
TOTAL		\$ 178,25	\$ 543,70

El análisis de la tabla nos ayuda a acceder a la información necesaria para tener un punto de apoyo relacionado al costo, ya sea el valor unitario como el valor total, permitiendo conocer la cantidad de dinero que se requiere para obtener los utensilios de cocina. De acuerdo con el análisis, tenemos un subtotal de \$ **543.70**

Tabla 38*Muebles y enseres de cocina*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	valor total
Combo de mesas de trabajo de acero inoxidable.	1	\$ 650,00	\$ 650,00
Canastas para organizar cubiertos	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Estantería de acero inoxidable	2	\$ 110,00	\$ 220,00
Platillero de acero inoxidable	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL		\$ 930,00	\$ 1.040,00

El análisis detallado de los muebles y enseres da a conocer por separado sus costos individuales y su precio total, para determinar el valor exacto requerido para adquirir todos estos productos. De acuerdo con el análisis de la tabla, se obtuvo un subtotal de **\$1.040,00** , tomando en cuenta los muebles del área cocina.

Tabla 39*Muebles y enseres para comedor*

Descripción	Cantidad	Costo unitario	valor total
Mesas y sillas de madera rústica de 4	15	\$ 200,00	\$ 3.000,00
Plato tendidos	48	\$ 0,95	\$ 45,60
Jarra de vidrio	10	\$ 3,50	\$ 35,00
Vasos de cristal 12Oz	48	\$ 0,75	\$ 36,00
Salsero	10	\$ 1,20	\$ 12,00
Set de cucharas de 24 u	4	\$ 9,99	\$ 39,96
Set de cubiertos de 24 u	4	\$ 9,99	\$ 39,96
Pocillos para el ají	10	\$ 1,20	\$ 12,00
Pimentero	10	\$ 1,20	\$ 12,00
Cestas para cubiertos	10	\$ 1,40	\$ 14,00
Basureros	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cuadros de paisaje	3	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL		\$ 248,68	\$ 3.302,02

El análisis detallado de los muebles y enseres da a conocer por separado sus costos individuales y su precio total, para determinar el valor exacto requerido para adquirir todos estos productos. De acuerdo con el análisis de la tabla, se obtuvo un subtotal de **\$3.302,02** tomando en cuenta los muebles y enseres de comedor.

Tabla 40

Equipos de oficina para comedor

Descripción	Cantidad	Costo unitario	valor total
Teléfono	1	\$ 29,00	\$ 29,00
LED (29 pulgadas)	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Equipo sonido	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Caja registradora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
TOTAL		\$ 1.109,00	\$ 1.109,00

El análisis detallado de los quipos de oficina para comedor y altillo, da a conocer por separado sus costos individuales y su precio total, para determinar el valor exacto requerido para adquirir todos estos productos. De acuerdo con el análisis de la tabla, se obtuvo un subtotal de **\$1.109,00**.

10.2.5. Análisis de impacto ambiental.

10.2.5.1. Identificación de impactos

Gestión de residuos: Durante la construcción de un restaurante, se generan residuos de materiales de construcción, como escombros, madera, plástico, entre otros.

Emisiones a la atmósfera: Durante la construcción, pueden generarse emisiones de gases y partículas debido al uso de maquinaria y equipos de construcción.

Consumo de recursos naturales: La construcción de un restaurante puede implicar el consumo de recursos naturales, como agua y energía.

Contaminación acústica: Durante la construcción, puede generarse ruido debido a las actividades de construcción, como el uso de maquinaria pesada.

10.2.5.2. Mitigar los impactos

Gestión de residuos. Estos residuos deben ser gestionados adecuadamente para minimizar su impacto ambiental. Se deben seguir prácticas de reciclaje y disposición adecuada de los residuos.

Emisiones a la atmósfera: Estas emisiones pueden contribuir a la contaminación del aire y afectar la calidad del aire local. Es importante tomar medidas para reducir estas emisiones, como el uso de equipos más eficientes y la implementación de prácticas de control de emisiones.

Consumo de recursos naturales: Es importante utilizar estos recursos de manera eficiente y buscar alternativas sostenibles, como la instalación de sistemas de captación de agua de lluvia y el uso de equipos y sistemas energéticamente eficientes .

Contaminación acústica: Es importante tomar medidas para minimizar la contaminación acústica, como el uso de barreras de sonido y la programación de actividades ruidosas en horarios adecuados.

10.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

El estudio administrativo legal en el contexto de la creación de un restaurante abarca varios aspectos importantes como la planificación, la organización, la dirección y el control

10.3.1 Planificación

10.3.1.1 Misión

Satisfacer las necesidades gastronómicas de los clientes, ofreciendo alimentos que reflejen la diversidad y riqueza cultural de la gastronomía ecuatoriana, utilizando ingredientes de la zona y técnicas culinarias tradicionales para preservar y promover la identidad culinaria del país.

10.3.1.2. Visión

Ser una empresa líder referente de la gastronomía tradicional ecuatoriana, siendo reconocido por ofrecer una experiencia culinaria autentica tanto a nivel cantonal y a nivel nacional.

10.3.1.3. Valores Corporativos

- **Calidad y excelencia en el servicio:** Nos comprometemos a brindar un servicio cálido y oportuno, dirigido a superar las expectativas de nuestros clientes y generar confianza en cada uno.

- **Compromiso:** Contamos con un personal altamente calificado y con instalaciones adecuadas y certificadas, generando un servicio de calidad.
- **Innovación e inspiración:** Buscamos mejorar cada día con procedimientos y productos que generen un excelente resultado.
- **Puntualidad:** Nos comprometemos a ser corteses, respetuosos con el tiempo de los demás y mostrar buena educación.
- **Trabajo en equipo:** Nuestro objetivo es lograr una buena comunicación entre todas las personas que forman parte del establecimiento
- **Respeto:** Promovemos el respeto por uno mismo y por los demás como un valor fundamental en nuestra organización.

10.3.1.4. Políticas empresariales

Calidad de los ingredientes: Un restaurante de comida tradicional ecuatoriana puede tener una política de utilizar ingredientes frescos y de alta calidad en la preparación de sus platos. Esto puede incluir la selección de productos locales y orgánicos siempre que sea posible, para promover la sostenibilidad y apoyar a los productores locales.

Higiene y seguridad alimentaria: Es fundamental que un restaurante cumpla con las normas de higiene y seguridad alimentaria establecidas por las autoridades sanitarias. Esto implica mantener una cocina limpia y ordenada, garantizar la correcta manipulación de los alimentos, y asegurar que se cumplan los estándares de temperatura y almacenamiento adecuados.

Sostenibilidad: Muchos restaurantes están adoptando políticas sostenibles para reducir su impacto ambiental. Esto puede incluir prácticas como el uso de productos biodegradables y compostables, la reducción del desperdicio de alimentos, y la implementación de medidas de ahorro de energía y agua.

Promoción de la cultura local: Promover la cultura local a través de su oferta gastronómica. Esto implica rescatar recetas tradicionales, utilizar ingredientes autóctonos y dar a conocer la historia y tradiciones culinarias del país.

Atención al cliente: La satisfacción del cliente es fundamental para el éxito de cualquier restaurante. Por lo tanto, es importante impartir políticas internas que promuevan un servicio amable, eficiente y de calidad. Como la capacitación constante para el personal, atención personalizada a las necesidades de los clientes y la resolución efectiva de cualquier problema o queja.

10.3.1.5. Estrategias

- Implementación de tarifas adecuadas, descuentos y promociones para satisfacer a los clientes y al éxito a largo plazo de la empresa.
- Implementación de marketing digital y directo para llegar a una audiencia más amplia, aumentar la visibilidad del establecimiento.
- Establecer convenios con establecimientos, generando beneficios mutuos al establecer relaciones corporativas que promuevan el intercambio de clientes, servicio y recursos.
- Organizar reuniones periódicas para capacitar a todo el personal en sus respectivas áreas para garantizar la excelencia en el servicio y la calidad de la experiencia del cliente.

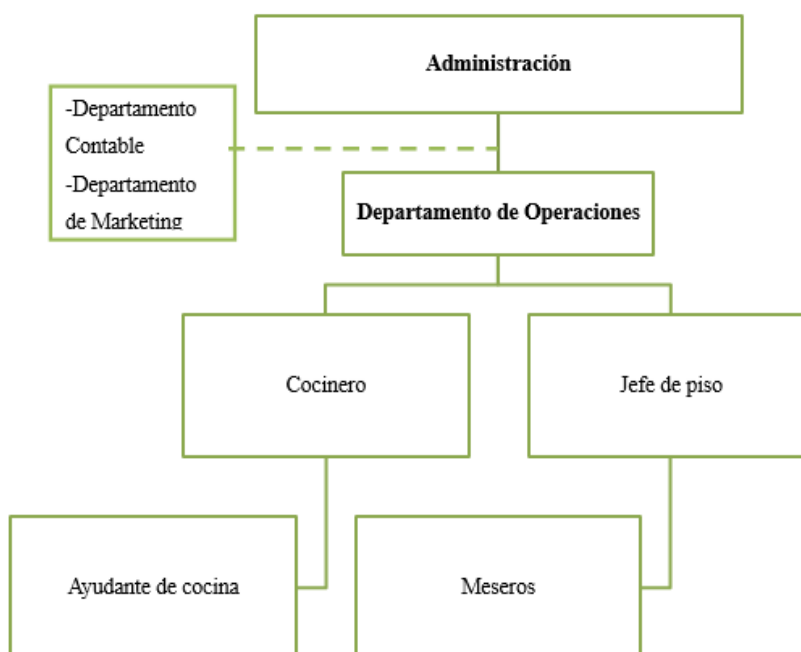
10.3.2. Organización

10.3.2.1. Organigrama estructural

El restaurante viene trabajando bajo una posible estructura de empresa que se define en función jerarquía vertical, detallando los diferentes niveles de departamentos representados desde la máxima autoridad hasta el despliegue de todas las unidades existentes.

Figura 51

Organigrama estructural del establecimiento

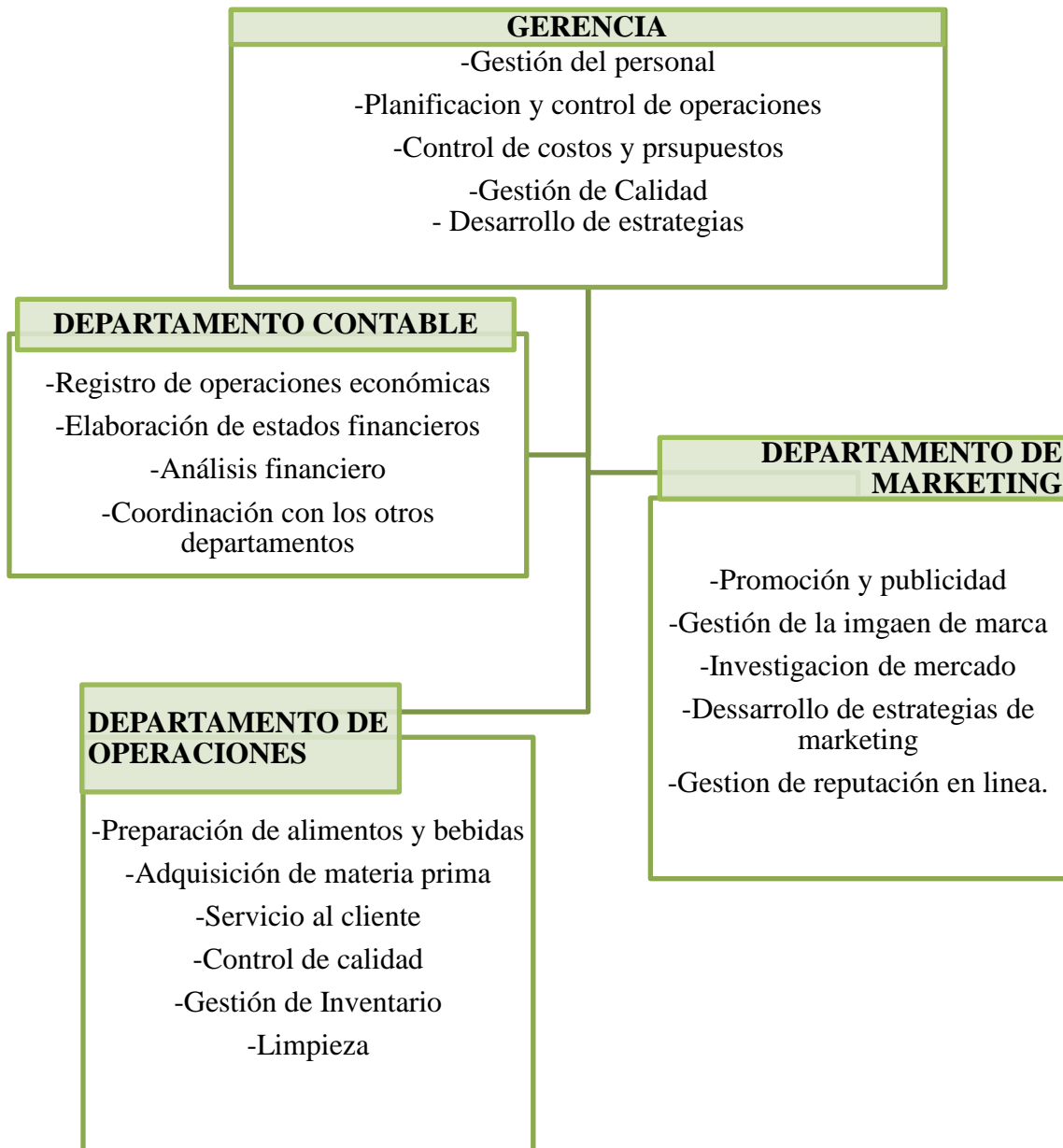


Nota. Elaborado por Changoluisa Adriana

10.3.2.2. Organigrama funcional

Figura 52

Organigrama funcional del establecimiento



Nota: Changoluisa Adriana

10.3.2.3. Requisitos

Administrador:

- **Formación:** Una formación estudios en administración de empresas, gestión hotelera, turismo o campos relacionados.
- **Experiencia:** Se valora la experiencia previa en puestos de administración en la industria de la hospitalidad o en restaurantes.
- **Habilidades:** Buenas habilidades de organización, capacidad para tomar decisiones, habilidades de liderazgo, conocimientos en gestión financiera y capacidad para trabajar en equipo.

Jefe de marketing:

- **Formación:** Formación con estudios en marketing, publicidad o campos relacionados puede ser beneficioso.
- **Experiencia:** Se valora la experiencia previa en puestos de marketing, especialmente en la industria de la hospitalidad o en restaurantes.
- **Habilidades:** Conocimientos en estrategias de marketing, capacidad para analizar datos y tendencias de mercado, habilidades de comunicación, capacidad para trabajar en equipo y capacidad para tomar decisiones.

Contador/a:

- **Formación:** Se requiere una formación en contabilidad, finanzas o campos relacionados. Puede ser necesario contar con una licenciatura o título profesional en contabilidad.
- **Experiencia:** Se valora la experiencia previa en puestos de contabilidad, especialmente en la industria de la hospitalidad o en restaurantes.
- **Habilidades:** Conocimientos en contabilidad y finanzas, capacidad para manejar registros financieros, habilidades de análisis, capacidad para trabajar con números y atención al detalle.

Jefes de piso:

- **Formación:** Se requiere contar con estudios en hotelería o administración turística mínimo de 2 años.
- **Experiencia:** Se valora la experiencia previa en puestos de supervisión en el sector de la hostelería.

- **Habilidades:** Habilidades de liderazgo, capacidad para gestionar equipos, habilidades de comunicación y conocimientos sobre normas de servicio al cliente.

Cocineros:

- **Formación:** Se valora la formación en gastronomía o cocina, ya sea a través de estudios técnicos o universitarios
- Además, acorde a la normativa técnica ecuatoriana ITE INEC 2 442:2008 los requisitos de competencia son:
 - Planificar y controlar la cocina
 - Elaborar programación de la cocina
 - Elaborar menú o carta
 - Crear recetas y preparar platos
 - Administrar existencia (stock) y consumo
 - Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial
 - Administrar al equipo
 - Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos
 - Representar a la organización
 - Conocimientos de prácticas administrativas de planificación, elaboración de presupuesto, análisis y control de costos y resultados
 - **Experiencia:** Se requiere experiencia previa en la preparación y elaboración de platos, así como conocimientos en técnicas culinarias.
- **Habilidades:** Creatividad culinaria, capacidad para trabajar bajo presión, habilidades organizativas y conocimientos sobre normas de higiene y seguridad alimentaria.

Ayudantes de cocina:

- **Formación:** No se requiere una formación específica, aunque contar con estudios en gastronomía o cocina puede ser beneficioso .
- **Experiencia:** Experiencia mínima de 2 años en puestos similares.
- **Habilidades:** Capacidad para seguir instrucciones, trabajar en equipo, tener habilidades básicas de cocina y conocimientos sobre normas de higiene y seguridad alimentaria.

Meseros:

- **Formación:** No se requiere una formación específica, aunque contar con cursos de servicio al cliente puede ser beneficioso.
- **Experiencia:** Experiencia mínima de 1 año en puestos similares.
- **Habilidades:** Habilidades de comunicación, capacidad para trabajar en equipo, amabilidad, conocimientos sobre el menú y habilidades de venta
- **Cocinero o chef de cocina:** Es el máximo responsable dentro de la cocina y subordinado del gerente.

10.3.3. Dirección

La dirección democrática que se utiliza en el restaurante implica un enfoque de liderazgo que busca involucrar a todos los miembros de la organización en el proceso de toma de decisiones, con el propósito de lograr un mayor compromiso, motivación y eficacia en el cumplimiento de los objetivos empresariales.

- **Participación y colaboración:** Se valora la opinión y experiencia de los miembros del equipo, y se les involucra en la toma de decisiones y en la resolución de problemas.
- **Comunicación abierta:** Se promueve una comunicación transparente y fluida entre el líder y los miembros del equipo, permitiendo el intercambio de ideas y la retroalimentación constante.
- **Delegación de responsabilidades:** Se otorga autonomía y se delegan responsabilidades a los miembros del equipo, permitiéndoles tomar decisiones en sus áreas de trabajo y fomentando su desarrollo profesional
- **Trabajo en equipo:** Se fomenta la colaboración y el trabajo en equipo, promoviendo la sinergia y aprovechamiento de las fortalezas individuales para alcanzar los objetivos comunes

La dirección democrática en un restaurante puede tener varias ventajas, como el aumento de la motivación y el compromiso de los empleados, la generación de un ambiente de trabajo colaborativo y la promoción de la creatividad y la innovación.

Sin embargo, también puede presentar desafíos, como la necesidad de gestionar desacuerdos y la toma de decisiones más lenta en comparación con estilos de dirección más autocráticos.

10.3.4. Control

El control implica diferentes aspectos como el control de inventarios, el control de costos, el control de calidad y el control de personal

10.3.4.1 Control de inventarios

Se encarga de supervisar y gestionar las existencias de alimentos, bebidas y otros productos necesarios para el funcionamiento del restaurante. Esto implica llevar un registro preciso de las entradas y salidas de los productos, así como realizar inventarios periódicos para evitar faltantes o excesos.

Inventario inicial: Al comenzar el negocio, se debe realizar un inventario completo de todos los productos alimenticios existentes. Se registra la cantidad, la fecha de vencimiento, el peso, el costo y cualquier otra información relevante.

10.3.4.2. Control de costos

Se enfoca en monitorear y gestionar los gastos relacionados con la operación del restaurante, como los costos de alimentos y bebidas, los costos de personal y los costos operativos. Esto implica analizar los precios de los proveedores, buscar oportunidades de ahorro y optimizar los recursos para maximizar la rentabilidad del negocio.

10.3.4.3 Control de calidad

Se refiere a asegurarse de que los productos y servicios ofrecidos por el restaurante cumplan con los estándares establecidos. Esto implica realizar inspecciones de la calidad de los alimentos, mantener la higiene y limpieza en el establecimiento, y garantizar un servicio al cliente de excelencia.

- El uso de un registro de limpieza de un área en específico, baño :


Tabla 41

Formato de registro semanal de limpieza de baños

Técnica: Ficha	Instrumento: Formato de registro
Tipo de control: Control concurrente	Ventajas:
Descripción: La limpieza adecuada es esencial para la reputación y el éxito del restaurante. Un registro de limpieza ayuda a garantizar que se cumplan los estándares de higiene y a mantener un ambiente limpio y seguro para todos.	<p>Organización y seguimiento: Permite llevar un seguimiento ordenado de las tareas de limpieza realizadas en los baños del restaurante.</p> <p>Cumplimiento de normas de higiene: Cumplimiento de las normas de higiene y sanidad establecidas por las autoridades sanitarias.</p> <p>Detección de problemas y mantenimiento: Al registrar las observaciones durante la limpieza, se pueden identificar problemas o incidencias en los baños, como fugas de agua, problemas con los suministros o necesidades de mantenimiento.</p> <p>Comunicación y responsabilidad: Al tener un formato de registro pegado en la puerta del baño, se fomenta la comunicación y la responsabilidad del personal encargado de la limpieza.</p>

Tabla 42

Formato de registro semanal de limpieza de baños

		FICHA DE REGISTRO DE LIMPIEZA SEMANAL DE BAÑOS						Vigencia: (mes)						
								Inspector de limpieza:						
Semana del: __ / __ /2024							Al: __ / __ /2024							
Hora	Lunes		Martes		Miércoles		Jueves		Viernes		Sábado		Domingo	
	Nombre	Firma	Nombre	Firma	Nombre	Firma	Nombre	Firma	Nombre	Firma	Nombre	Firma	Nombre	Firma
8:00														
9:00														
10:00														
11:00														
12:00														
13:00														
14:00														
15:00														
16:00														
17:00														
Nota: En este registro se evidencia la limpieza profunda de los baños y abastecimiento de jabón líquido, papel higiénico, papel toalla.														

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

- El uso de un registro de satisfacción del cliente interno :


Tabla 43

Características de control de satisfacción al cliente interno

Técnica: Encuesta de satisfacción	Instrumento: Cuestionario
Tipo de control: Control de retroalimentación	Ventajas:
Descripción:	Identificar áreas de mejora: Identifica áreas específicas en las que los empleados pueden no estar satisfechos.. Mejorar el ambiente laboral: Identifica problemas en el ambiente laboral, como la comunicación deficiente, la falta de reconocimiento o la falta de oportunidades de crecimiento
Una encuesta de satisfacción de los trabajadores es un instrumento utilizado para recopilar información sobre el grado de satisfacción y bienestar de los empleados en su lugar de trabajo. Estas encuestas permiten a las empresas obtener retroalimentación directa de sus empleados y tomar medidas para mejorar el ambiente laboral y la satisfacción general de los trabajadores.	Impulsar la productividad: Los empleados satisfechos tienden a ser más comprometidos y productivos en su trabajo.
	Mejorar la toma de decisiones: Las encuestas de satisfacción de los empleados proporcionan información valiosa que puede respaldar la toma de decisiones estratégicas.

Tabla 44

Cuestionario de satisfacción del cliente interno

Cuestionario de Satisfacción					
					
Marque con una X de acuerdo con la siguiente tabla	Totalmente deacuerdo	Deacuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente desacuerdo
1.¿Estás satisfecho/a con tu trabajo actual?					
2.¿Te sientes valorado/a y reconocido/a por tu trabajo?					
3.¿Crees que tienes las herramientas y recursos necesarios para realizar tu trabajo de manera efectiva?					
4.Cómo calificarías el ambiente de trabajo en términos de colaboración y apoyo entre compañeros?					
5.¿Recibes retroalimentación y reconocimiento por tu desempeño?					
6.¿Crees que hay oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional en la empresa?					

7.¿Te sientes escuchado/a y tomado/a en cuenta en la toma de decisiones?					
8.¿Cómo calificarías la comunicación interna en la empresa?					
9.¿Existe un equilibrio adecuado entre tu vida laboral y personal?					
10.¿Recomendarías esta empresa como un buen lugar para trabajar					

Nota: Elaborado por Changoluisa Adriana

10.3.4.4. Control del personal: Implica establecer normas y procedimientos para asegurar un comportamiento adecuado por parte de los empleados. Esto incluye aspectos como la puntualidad, la presentación personal, el cumplimiento de las normas de higiene y seguridad, y la capacitación continua para mejorar las habilidades y conocimientos del personal.

- El uso de un reloj biométrico en el restaurante para controlar al personal:

Tabla 45

Características del reloj biométrico

Técnica: Registro	Instrumento: Reloj Biométrico de huella dactilar
Tipo de control: Control Concurrente	Ventajas:
Descripción: Estos relojes utilizan la huella dactilar única de cada empleado para identificar y registrar su entrada y salida.	Precisión y confiabilidad: Los relojes biométricos garantizan un registro preciso de la asistencia del personal, ya que utilizan características únicas e intransferibles de cada empleado, como la huella dactilar.
Marca: Atiempo Atiempo es una empresa líder en Ecuador en control de asistencia y biometría. Ofrecen relojes biométricos de huella digital que cumplen con los requerimientos del Ministerio de Trabajo y están patentados bajo la marca SIRHA, Sistema Integrado de Recursos Humanos y Asistencia (Atiempo, 2021)	Ahorro de tiempo: Estos dispositivos automatizan el proceso de registro de asistencia, lo que ahorra tiempo tanto para los empleados como para los encargados de recursos humanos. Seguridad: Los relojes biométricos ofrecen un nivel adicional de seguridad al garantizar que solo los empleados autorizados puedan registrar su asistencia.
	Integración con sistemas de gestión: Facilita el seguimiento y el cálculo de las horas trabajadas

Figura 53*Reloj biométrico*

Nota: Reloj biométrico modelo HD300. Adaptado de la página de A TIEMPO

10.3.4. Análisis legal

Con el fin de impulsar la presente investigación, es relevante mencionar las normas que rige la constitución del Ecuador del 2008 en relación con el desarrollo de empresas turísticas, especialmente en el área de alimentos y bebidas. Estas normas son fundamentales para garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y de calidad en la operación de un restaurante de comida tradicional ecuatoriana.

De acuerdo con la investigación, se estableció que se conformara una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, que de acuerdo al Registro Oficial N° 196, que establece que debe pertenecer siempre a una sola persona, tiene que ser de carácter mercantil, y es administrada por su gente y/o propietario, quien a su vez será su representante legal.

Servicio de rentas internas: Registro Único de Contribuyente

Requisitos:

- Original y copia de la cedula de identidad
- Original de certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de documentos que identifique el domicilio y el local en donde se desarrolla esta actividad a nombre del contribuyente.

Cuerpo de bombero: Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Requisitos:

- Copia del RUC actualizado
- Copia de cedula de identidad
- Inspección general de las instalaciones del establecimiento

Dirección de planificación territorial del cantón Mejía: Uso de suelo y patente**Requisitos:**

- Copia de RUC
- Oficio dirigido al director de planificación territorial.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Certificado de no adeudar a la empresa de agua potable y alcantarillado.
- Copia de cedula de identidad.
- Copia de permiso de funcionamiento emitido por el cuerpo de bomberos del cantón Mejía.
- Pago del impuesto predial
- Croquis de ubicación y fotografías del local

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: Emisión de permisos de funcionamiento

Categorización otorgada por el Ministerio de turismo

Ministerio de turismo: Emisión de certificado de registro de turismo**CAPITULO I****DEL REGISTRO**

Art. 8.- Requisitos para obtención de registro.- Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas, deberán cumplir con los siguientes requisitos;

- a) Personas Jurídicas, escritura de constitución y de existir último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscritas en el Registro Mercantil;
- b) Detalle de inventario valorado de activos fijos de la persona natural o jurídica, para el ejercicio de la actividad comercial; o, el balance presentado a la Superintendencia, si tuviere, y que contenga los activos de su establecimiento a registrar;
- c) Registro Unico de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), para persona natural o jurídica, según corresponda;

d) Pago del 1 x 1000 sobre el valor de los activos fijos, en los formatos y procedimientos establecidos por a la Autoridad Nacional de Turismo para personas naturales y jurídicas;

e) Certificado de informe de compatibilidad positiva o favorable de uso de suelo otorgado por el Gobierno Autónomo Descentralizado. Para el caso de los establecimientos móviles se sujetarán a lo establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado competente, de ser el caso; y,

f) Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.

No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea o interoperados a través de la plataforma digital que establezca para el efecto la Autoridad Nacional de Turismo.

Ministerio de turismo: Licencia Única Anual de funcionamiento

CAPITULO II

LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 12.- Procedimiento de obtención.- El procedimiento de obtención de la Licencia Unica Anual de Funcionamiento, será realizado de acuerdo al procedimiento establecido por el Gobierno Autónomo Descentralizado.

Los requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento, distintos al del Registro de Turismo serán los siguientes:

1. Registro de Turismo otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo;
2. Certificado de encontrarse al día en las contribuciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo; y,
3. Los requisitos que cada Gobierno Autónomo Descentralizado, considere para la emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que deberá ser realizado mediante ordenanza. Una vez obtenida la Licencia Única Anual de Funcionamiento, el establecimiento deberá exhibirla.

10.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

El presente estudio tiene por objeto hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que participa en la estructuración financiera del proyecto, a saber las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los costos en lo que se incurren en la elaboración administración, venta y financiación de cada uno de los productos y los servicios, el ingreso derivado de las ventas de los mismos; toda esta información proyectada a cada uno de los periodos que comprometen el horizonte del proyecto.

10.4.1. Plan de inversiones

Provee la información pertinente para la determinación de las inversiones del proyecto, identifica la magnitud de los activos que requiere la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicios y la determinación del monto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación. Las inversiones que se hace principal entre el período de instalación se pueden clasificar e tres grupos: las inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo. (Miranda, J.2005), pág. 175.

Tabla 46

Análisis del plan de inversiones

I) ACTIVOS FIJOS	
Inversión Fija Área Producción	\$ 6.828,70
Inversión Fija Área Administrativa	\$ 1.827,70
Inversión Fija Área Ventas	\$ 2.586,02
TOTAL	\$ 11.242,42
II) ACTIVOS DIFERIDOS	
Gasto de constitución	\$ 1.882,00
TOTAL	\$ 1.882,00
III) CAPITAL DE TRABAJO	
Total Capital de trabajo	\$ 20.945,68
TOTAL PRESUPUESTO DE INVERSIONES	\$ 32.188,10

10.4.1.1. Inversiones fijas

Son aquellas que se realizan en bienes tangibles, son utilizadas para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización entre ellas tenemos: terrenos, maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de computación, construcciones y obras civiles, vehículos (Miranda J., 2005, pág. 178)

La inversión fija para el proyecto está determinada por: maquinaria, equipos, herramientas, muebles y enseres. A continuación, se presenta los cuadros que consolidan el total de inversiones fijas requeridas para el proyecto, el detalle de los activos fijos fue descrito entre los recursos requeridos para la producción dentro del Capítulo 3: Estudio Técnico.

Tabla 47

Inversión Fija

I) INVERSIÓN FIJA	
Inversión Fija Área Producción	\$ 6.828,70
Inversión Fija Área Administrativa	\$ 1.827,70
Inversión Fija Área Ventas	\$ 2.586,02
TOTAL INVERSION FIJA	\$ 11.242,42

10.4.1.1. Inversión fija área de producción

Para establecer la inversión fija del área de producción, se considera especificar cada una de las áreas. En el siguiente cuadro se presenta la inversión fija requerida para el área de producción.

Tabla 48

Consolidado de inversión fija del área producción

ÁREA DE COCINA	VALOR
Equipo de cocina	\$ 5.245,00
Utensilios de cocina-menaje	\$ 543,70
Muebles y enseres de cocina	\$ 1.040,00
Total área producción	\$ 6.828,70

10.4.2. Inversión fija de área administrativa

En el siguiente cuadro se muestra los respectivos montos de la inversión del área de administración:

Tabla 49

Consolidado de inversión fija del área administrativa

DETALLE	VALOR
Equipos de computación	\$ 825,00
Muebles y enseres de oficina	\$ 939,00
Equipos de oficina	\$ 63,70
Total área producción	\$ 1.827,70

10.4.1.3 Inversión fija de área de ventas

En el siguiente cuadro se muestra los respectivos montos de la inversión del área de ventas.

Tabla 50

Consolidado de inversión fija de área de ventas

DETALLE	VALOR
Muebles y enseres para el comedor	\$ 1.477,02
Equipos de oficina para el comedor	\$ 1.109,00
Total	\$ 2.586,02

1.0.4.3. Inversiones Diferidas

Son aquellas que se realizan sobre la compra de derechos, o servicios que son necesarios para poner en marcha el proyecto, entre estos tenemos los estudios técnicos, jurídicos, económicos gastos de constitución, gastos de montaje, pago por el uso de patentes y marcas, permisos sanitarios, permiso de cuerpo de bomberos, como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 51*Activos Intangibles*

DESCRIPCIÓN	VALOR
Constitución del negocio	\$ 200,00
Patente Municipal	\$ 80,00
Permiso sanitario	\$ 72,00
Permiso cuerpo de bomberos	\$ 30,00
Adecuaciones en propiedad	
TOTAL	\$ 382,00

10.4.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo es entonces, la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingresos generados por la venta de bienes o servicios, que constituyen ser la razón del proyecto . (Miranda, J., 2005), pág. 179.

La inversión en el capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo. Para el cálculo del capital de trabajo se utilizará el método de desfase, este método consiste en determinar la cuantía de los costos de operación menos las depreciaciones y amortizaciones.

CAPITAL DE TRABAJO

$$\text{Capital de trabajo} = \frac{\text{Total de costos y gastos} - \text{depreciaciones}}{365} * 60 \text{ días}$$

Para calcular el capital de trabajo es necesario en primera instancia determinar el total de los costos y gastos que tendrá el presente proyecto.

El Restaurante Cielo Andino deberá presupuestar los costos y gastos que serán necesarios para brindar su servicio. Se ha considerado 60 días de desfase en el que el capital de trabajo queda inmovilizado, para proceder con el cálculo del capital de trabajo es necesario realizar un cuadro resumen de los costos y gastos de operación del año 1, así como un cuadro resumen de las depreciaciones y amortizaciones del mismo año.

Tabla 52*Resumen de costos y gastos*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Insumos directos	\$ 57.126,48
Personal de producción	\$ 12.313,76
Costos indirectos y otros	\$ 7.083,30
GASTOS OPERACIONALES	
Gastos Administrativos	\$ 37.655,13
Gastos de Ventas	\$ 15.002,80
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$129.181,47

A continuación, se presenta un cuadro resumen con el total de las depreciaciones de las áreas de producción, administrativo y ventas para la determinación del capital de trabajo.

Tabla 53*Depreciación de inversión fija*

DEPRECIACIÓN INVERSIÓN FIJA	
Descripción	AÑO 1
Área de producción	\$ 788,03
Área administrativa	\$ 715,27
Área de ventas	\$ 258,60
Total depreciaciones	\$ 1.761,90

Una vez clasificado los cuadros se procede al reemplazo y cálculos establecidos, del capital de trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	\$				CAPITAL DE TRABAJO
	\$	\$129.181,47	-	1.761,90	* 60
		365			
	\$				20.945,68

10.4.5 Financiamiento

Como se puede observar en el plan de inversiones del proyecto, el monto es bastante significativo por lo que se ha decidido financiar parte del presupuesto con un préstamo de \$10.000,00 de manera que los recursos propios son \$11.242,42 de la inversión total, es decir \$ 22,188.10. A continuación se presenta el financiamiento del proyecto.

Tabla 54

Resumen de inversiones del proyecto

Descripción	Recursos propios	Préstamo	Total
Inversión fija	\$11.242,42	\$10.000,00	\$21.242,42
Capital de trabajo	\$20.945,68		\$20.945,68
	\$22.188,10	\$10.000,00	\$42.188,10

- **Amortización:** La amortización es el método mediante el cual se liquida una deuda a través de pagos periódicos, la forma más sencilla de calcularla es utilizando tablas en que se especifica el detalle de cada uno de los pagos que se debe cancelar hasta liquidar la deuda para elaborarla se necesita el monto o capital total por amortizar el periodo del crédito y la tasa de interés presentadas a continuación:

Tabla 55

Amortización del préstamo del Restaurante Cielo Andino

AMORTIZACIÓN	
Valor del préstamo	10.000,00
Tasa de Interés mensual	1,42% (17%/12)
Tiempo (Años)	4
Frecuencia	12
Periodos -meses	48
Cuota	\$288,76

En amortización se puede visualizar toda la información con respecto a la amortización del préstamo de \$10.000 dólares americanos

Tabla 56*Amortización Francesa*

AÑOS	CAPITAL	CUOTA	INTERES	CAPITAL INSOLUTO
0				\$ 10.000,00
1	\$ 146,76	\$ 288,76	\$ 142,00	\$ 9.853,24
2	\$ 148,84	\$ 288,76	\$ 139,92	\$ 9.704,40
3	\$ 150,95	\$ 288,76	\$ 137,80	\$ 9.553,45
4	\$ 153,10	\$ 288,76	\$ 135,66	\$ 9.400,35
5	\$ 155,27	\$ 288,76	\$ 133,48	\$ 9.245,08
6	\$ 157,48	\$ 288,76	\$ 131,28	\$ 9.087,60
7	\$ 159,71	\$ 288,76	\$ 129,04	\$ 8.927,88
8	\$ 161,98	\$ 288,76	\$ 126,78	\$ 8.765,90
9	\$ 164,28	\$ 288,76	\$ 124,48	\$ 8.601,62
10	\$ 166,61	\$ 288,76	\$ 122,14	\$ 8.435,01
11	\$ 168,98	\$ 288,76	\$ 119,78	\$ 8.266,03
12	\$ 171,38	\$ 288,76	\$ 117,38	\$ 8.094,65
13	\$ 173,81	\$ 288,76	\$ 114,94	\$ 7.920,83
14	\$ 176,28	\$ 288,76	\$ 112,48	\$ 7.744,55
15	\$ 178,78	\$ 288,76	\$ 109,97	\$ 7.565,77
16	\$ 181,32	\$ 288,76	\$ 107,43	\$ 7.384,44
17	\$ 183,90	\$ 288,76	\$ 104,86	\$ 7.200,55
18	\$ 186,51	\$ 288,76	\$ 102,25	\$ 7.014,04
19	\$ 189,16	\$ 288,76	\$ 99,60	\$ 6.824,88
20	\$ 191,84	\$ 288,76	\$ 96,91	\$ 6.633,03
21	\$ 194,57	\$ 288,76	\$ 94,19	\$ 6.438,47
22	\$ 197,33	\$ 288,76	\$ 91,43	\$ 6.241,13
23	\$ 200,13	\$ 288,76	\$ 88,62	\$ 6.041,00
24	\$ 202,98	\$ 288,76	\$ 85,78	\$ 5.838,03
25	\$ 205,86	\$ 288,76	\$ 82,90	\$ 5.632,17
26	\$ 208,78	\$ 288,76	\$ 79,98	\$ 5.423,39
27	\$ 211,75	\$ 288,76	\$ 77,01	\$ 5.211,64
28	\$ 214,75	\$ 288,76	\$ 74,01	\$ 4.996,89
29	\$ 217,80	\$ 288,76	\$ 70,96	\$ 4.779,09
30	\$ 220,89	\$ 288,76	\$ 67,86	\$ 4.558,19
31	\$ 224,03	\$ 288,76	\$ 64,73	\$ 4.334,16
32	\$ 227,21	\$ 288,76	\$ 61,55	\$ 4.106,95
33	\$ 230,44	\$ 288,76	\$ 58,32	\$ 3.876,51
34	\$ 233,71	\$ 288,76	\$ 55,05	\$ 3.642,80
35	\$ 237,03	\$ 288,76	\$ 51,73	\$ 3.405,77
36	\$ 240,40	\$ 288,76	\$ 48,36	\$ 3.165,38
37	\$ 243,81	\$ 288,76	\$ 44,95	\$ 2.921,57
38	\$ 247,27	\$ 288,76	\$ 41,49	\$ 2.674,30
39	\$ 250,78	\$ 288,76	\$ 37,97	\$ 2.423,51
40	\$ 254,34	\$ 288,76	\$ 34,41	\$ 2.169,17

41	\$	257,96	\$	288,76	\$	30,80	\$	1.911,21
42	\$	261,62	\$	288,76	\$	27,14	\$	1.649,60
43	\$	265,33	\$	288,76	\$	23,42	\$	1.384,26
44	\$	269,10	\$	288,76	\$	19,66	\$	1.115,16
45	\$	272,92	\$	288,76	\$	15,84	\$	842,24
46	\$	276,80	\$	288,76	\$	11,96	\$	565,44
47	\$	280,73	\$	288,76	\$	8,03	\$	284,71
48	\$	284,71	\$	288,76	\$	4,04	\$	0,00
TOTAL	\$	10.000,00	\$	13.860,36	\$	3.860,36		

CAPITAL +
INTERES

10.4.6. Presupuesto de costos y gastos

Los costos de fabricación son los que se vincula directamente con la elaboración del producto o la prestación del servicio. Se clasifica de la siguiente manera: costos directos, costos indirectos y otros costos indirectos.

10.4.7. Costos de producción

Costo directo

Está constituido por los insumos directos y el personal de servicio con sus prestaciones. Los insumos directos constituyen la materia prima que será utilizada para la preparación de los platos que se ofrecerá en el restaurante, presentados anteriormente en el estudio de mercado.

A continuación, se presenta un cuadro consolidado del costo total de los insumos utilizados por cada uno de los platos.

Tabla 57

Costo de Materia prima utilizada en cada plato

	P.Materia		
	prima	Q	AÑO
Caldo de Pata	\$1,97	6400	\$12.608,00
Cuy Asado	\$2,88	2000	\$5.760,00
Trucha frita	\$5,00	2000	\$10.000,00
Locro de Cuy	\$2,79	2000	\$5.580,00

Yaguarlocro	\$2,79	2000	\$5.580,00
Tortillas	\$1,95	3000	\$5.850,00
Papas con Cuero	\$1,78	2000	\$3.560,00
Caldo de Gallina	\$1,63	2000	\$3.260,00
Chicha de Jora	\$0,47	2000	\$940,00
Pristiños	\$0,07	3700	\$259,00
Jugos	0,95	700,00	\$665,00
Batidos	1,8	700,00	\$1.260,00
Café	0,4	350,00	\$140,00
Quimbolito	0,25	350,00	\$87,50
Humita	0,35	350,00	\$122,50
Chocolate de Ambato	0,75	350,00	\$262,50
		29900	\$55.935

Recurso Humano

De acuerdo con el estudio administrativo, se ha conformado una organización compuesta por: un administrador, un jefe de piso, un cajero, un cocinero y un ayudante. El cuadro propuesto muestra el salario justo que se debe pagar, por rama de actividad, para garantizar un servicio de calidad y para la proyección de los sueldos.

Tabla 58

Recurso Humano

	No. Empl.	Sueldo Básico	Al año
Mesero	1	\$ 460,00	5,200.00
Mesero	1	\$ 460,00	5,200.00
Jefe de piso	1	\$ 650,00	7,800.00

Cocinero	1	\$	600,00	7,200.00
Administrador	1	\$	800,00	9.600.00
Ayudante cocina	1	\$	457,14	5,485.68
TOTAL	7	\$	3.527,14	40.485.68

- **Costo Indirecto:** Están constituidos por insumos indirectos. Estos se caracterizan por la dificultad de identificar su presencia. Insumos indirectos Se trata de todos los que intervienen de forma indirecta en el procesamiento de los platos que se ofrecerá en el restaurante como se detalla a continuación.
- **Menaje desechable:** Se considera aquí las fundas para llevar, bandeja, tarinas, para brindar un servicio adicional a los clientes que requieren su pedido para llevar.

Tabla 59*Menaje Desechable*

AÑO 1				
Descripción	Q	Valor Unitario	Valor Total	
Fundas para llevar	10	\$ 4,50	\$	45,00
Bandejas desechables	10	\$ 6,50	\$	65,00
Tarinas plásticas	100	\$ 6,00	\$	600,00
Servilletas desechables	30	\$ 1,50	\$	450,00
TOTAL			\$	941,00

- **Ropa de trabajo:** A continuación, se presenta un cuadro consolidado respecto a los uniformes

Tabla 60*Ropa de trabajo*

Descripción	Q	Valor Unitario	Valor Total		
Pantalón de Tela	5	\$ 15,00	\$	75,00	150,00
Camiseta con Logotipo	5	\$ 10,00	\$	50,00	100,00
Gorro	5	\$ 7,50	\$	37,50	75,00
TOTAL			\$	162,50	\$325

Ropa de trabajo

Los materiales de limpieza son muy importantes dentro de la actividad del negocio ya que se trata de un producto de consumo humano y deben mantenerse todas las instalaciones lo más implacable. A continuación, se presenta un cuadro consolidado respecto a los materiales de limpieza proyectados.

Tabla 61

Materiales de Limpieza

	AÑO 1
Descripción	Valor Total
Cloro	\$ 72,00
Desinfectante	\$ 108,00
Desodorante de baño	\$ 14,00
Esponja mixta estrella	\$ 13,00
Fosforo	\$ 12,00
Fundas de basura	\$ 104,00
Dispensador de jabón	\$ 33,00
Jabón liquido	\$ 150,00
Dispensador de papel	\$ 54,00
Rollo de papel higiénico	\$ 90,00
Lavavajilla	\$ 192,00
Pala para basura	\$ 7,50
Toalla de cocina	\$ 62,40
Escoba para barrer	\$ 12,00
cesto para basura	\$ 17,50
TOTAL	\$ 941,40

10.4.8 Otros Costos indirectos

Depreciación de activos fijos

La depreciación son el desgaste por el uso, el agotamiento del bien se ha tomado el tiempo de vida útil del bien y el método de depreciación. Se ha decidido utilizar el método lineal. Para realizar el cálculo de las depreciaciones es necesario clasificar los bienes por áreas y cabe resaltar que existe ciertos activos cuya vida útil es de 2, 3, 6 y 10 años por los que se debe considerar al analizar la falta de continuidad y de variaciones que pueden ser consideradas como ilógicas en los totales de las depreciaciones y los costos de estos por su reposición al finalizar su vida útil.

Según el Banco Central “El costo de los activos es depreciado de acuerdo con el método de línea recta en función de los años de vida útil estimada de 20 para edificios, 10 para mobiliario y equipo, 5 para unidades de transporte, 10 para maquinaria y 5 para equipos de computación.” (pag.8)

Tabla 62*Porcentaje de depreciación*

ACTIVOS FIJOS		
Activos	Vida Útil	Porcentaje de depreciación
Edificios	20 años	5%
Mobiliario, equipo y maquinaria	10-35 años	10%
Unidades de transporte	5 años	20%
Equipos de computación	3 años	20%

*Elaborado a partir de: Banco Central del Ecuador***Depreciación del área de producción****Tabla 63***Depreciación del área de producción*

Descripción	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total	Valor Total
Equipo de cocina	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50	\$ 524,50
Utensilio de cocina	\$ 151,53	\$ 159,12	\$ 161,22	\$ 151,53	\$ 151,53	\$ 151,53	\$ 151,53	\$ 151,53	\$ 151,53	\$ 151,53
Muebles y enseres	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 112,00	\$ 114,98	\$ 114,98	\$ 114,98	\$ 114,98	\$ 114,98	\$ 114,98	\$ 114,98
TOTAL	\$ 788,03	\$ 795,62	\$ 797,72	\$ 791,01	\$ 791,01	\$ 791,01	\$ 791,01	\$ 791,01	\$ 791,01	\$ 791,01

Servicios básicos

El uso anual de luz y agua potable se incrementará en un 10% cada año, de manera que se cumpla con el programa de producción.

Tabla 64*Servicios básicos*

Carga	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz eléctrica	237,12	260,83	286,92	315,61	347,17
Agua Potable	422,4	\$ 464,64	511,10	\$ 562,21	618,44
	\$ 659,52	\$ 725,47	\$ 798,02	\$ 877,82	\$ 965,61

10.4.9.Ingresos

En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la presentación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil dentro de la empresa, o también por los rendimientos financieros producidos por la colocación de excesos de liquidez (Miranda J, 2005, pág. 191). Los ingresos se refieren al dinero que le ingresará al Restaurante Cielo Andino por el concepto de las ventas ofrecido por el mismo, para la proyección de las ventas generales por los platos, se adoptará un incremento del 5% anual en el precio de venta y la cantidad de platos a servir se encuentran en relación con la capacidad instalada.

Tabla 65

Ventas año 1

	Q	Valor Unitario	Valor Total
Caldo de Pata	6400	\$ 4,00	\$ 25.600,00
Cuy Asado	2000	\$ 5,25	\$ 10.500,00
Trucha frita	2000	\$ 7,60	\$ 15.200,00
Locro de Cuy	2000	\$ 5,00	\$ 10.000,00
Yaguarlocro	2000	\$ 5,25	\$ 10.500,00
Tortillas	3000	\$ 3,50	\$ 10.500,00
Papas con Cuero	2000	\$ 3,50	\$ 7.000,00
Chicha de jora	2000	\$ 1,50	\$ 3.000,00
Jugos	700	\$ 2,50	\$ 1.750,00
Batidos	700	\$ 3,50	\$ 2.450,00
Café	350	\$ 1,50	\$ 525,00
Quimbolito	350	\$ 0,75	\$ 262,50
Humita	350	\$ 0,75	\$ 262,50
Chocolate de Ambato	350	\$ 0,75	\$ 262,50
Caldo de Gallina	2000	\$ 3,40	\$ 6.800,00
Pristiños	3700	\$ 0,25	\$ 925,00
			\$ 87.937,50

Tabla 66

Ventas año 2 y 3

Año 2			Año 3		
Q	Valor Unitario	Valor Total	Q	Valor Unitario	Valor Total
2200	\$ 4,20	\$ 9.240,00	2420	\$ 4,41	\$ 10.672,20
2200	\$ 5,51	\$ 12.127,50	2420	\$ 5,79	\$ 14.007,26
2200	\$ 7,98	\$ 17.556,00	2420	\$ 8,38	\$ 20.277,18
2200	\$ 5,25	\$ 11.550,00	2420	\$ 5,51	\$ 13.340,25
2200	\$ 5,51	\$ 12.127,50	2420	\$ 5,79	\$ 14.007,26
3300	\$ 3,68	\$ 12.127,50	3630	\$ 3,86	\$ 14.007,26
2200	\$ 3,68	\$ 8.085,00	2420	\$ 3,86	\$ 9.338,18
2200	\$ 1,58	\$ 3.465,00	2420	\$ 1,65	\$ 4.002,08
770	\$ 2,63	\$ 2.021,25	847	\$ 2,76	\$ 2.334,54
770	\$ 3,68	\$ 2.829,75	847	\$ 3,86	\$ 3.268,36
385	\$ 1,58	\$ 606,38	423,5	\$ 1,65	\$ 700,36
385	\$ 0,79	\$ 303,19	423,5	\$ 0,83	\$ 350,18
385	\$ 0,79	\$ 303,19	423,5	\$ 0,83	\$ 350,18
385	\$ 0,79	\$ 303,19	423,5	\$ 0,83	\$ 350,18
2200	\$ 3,57	\$ 7.854,00	2420	\$ 3,75	\$ 9.071,37
4070	\$ 0,26	\$ 1.068,38	4477	\$ 0,28	\$ 1.233,97
		\$ 101.567,81			\$ 117.310,82

Tabla 67

Ventas año 4 y 5

Año 4			Año 5		
Q	Valor Unitario	Valor Total	Q	Valor Unitario	Valor Total
2662	\$ 4,63	\$ 12.326,39	2928,2	\$ 4,86	\$ 14.236,98
2662	\$ 6,08	\$ 16.178,39	2928,2	\$ 6,38	\$ 18.686,04
2662	\$ 8,80	\$ 23.420,14	2928,2	\$ 9,24	\$ 27.050,27

2662	\$	5,79	\$	15.407,99	2928,2	\$	6,08	\$	17.796,23
2662	\$	6,08	\$	16.178,39	2928,2	\$	6,38	\$	18.686,04
3993	\$	4,05	\$	16.178,39	4392,3	\$	4,25	\$	18.686,04
2662	\$	4,05	\$	10.785,59	2928,2	\$	4,25	\$	12.457,36
2662	\$	1,74	\$	4.622,40	2928,2	\$	1,82	\$	5.338,87
931,7	\$	2,89	\$	2.696,40	1024,87	\$	3,04	\$	3.114,34
931,7	\$	4,05	\$	3.774,96	1024,87	\$	4,25	\$	4.360,08
465,85	\$	1,74	\$	808,92	512,435	\$	1,82	\$	934,30
465,85	\$	0,87	\$	404,46	512,435	\$	0,91	\$	467,15
465,85	\$	0,87	\$	404,46	512,435	\$	0,91	\$	467,15
465,85	\$	0,87	\$	404,46	512,435	\$	0,91	\$	467,15
2662	\$	3,94	\$	10.477,43	2928,2	\$	4,13	\$	12.101,43
4924,7	\$	0,29	\$	1.425,24	5417,17	\$	0,30	\$	1.646,15
		\$		135.494,00		\$		156.495,57	

Flujo efectivo proyectado

Tabla 68

Flujo efectivo proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) Ingresos por ventas Platos	\$ 87.937,50	\$ 101.567,81	\$ 117.310,82	\$ 135.494,00	\$ 156.495,57
(=) Total de ingresos	\$ 87.937,50	\$ 101.567,81	\$ 117.310,82	\$ 135.494,00	\$ 156.495,57
(-) Costo de producción					
Insumos directos	\$ 55.936,00	\$ 65.623,14	\$ 75.393,70	\$ 86.622,59	\$ 99.519,72
Personal de producción	\$ 12.901,68	\$ 13.912,77	\$ 14.791,83	\$ 15.671,20	\$ 17.867,71
Costos Indirectos	\$ 7.083,30	\$ 7.803,55	\$ 6.527,29	\$ 7.357,00	\$ 11.311,62
(=) Total Costo de servicio	\$ 75.920,98	\$ 87.297,22	\$ 96.619,51	\$ 109.500,83	\$ 127.176,33
(=) UTILIDAD BRUTA	12.016,52	72.783,47	88.273,68	104.050,81	119.475,82
(-) Gastos operacionales					
Gastos administrativos	\$ 2.777,32	\$ 910,08	\$ 919,90	\$ 921,52	\$ 930,51
Gastos de ventas	\$ 15.002,80	\$ 16.580,82	\$ 17.527,24	\$ 18.519,46	\$ 19.572,34
(=) Total gastos operacionales	17.780,12	56.335,63	59.521,46	62.492,76	65.550,48
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-5.763,60	16.447,84	28.752,22	41.558,05	53.925,34
(=) Gastos financieros	\$ 1.595,21	797,33	600,96	382,94	104,94
(=) UTILIDADES ANTES DE REPARTICIÓN DE UTILIDADES	-7.358,82	15.650,51	28.151,26	41.175,11	53.820,40
(-) 15% Participación trabajadores	-1.103,82	2.347,58	4.222,69	6.176,27	8.073,06
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-6.255,00	13.302,93	23.928,57	34.998,84	45.747,34
(-) 22% Impuesto a la renta por pagar	-1.376,10	2.926,65	5.264,29	7.699,75	10.064,41
(=) UTILIDAD NETA	-4.878,90	10.376,29	18.664,29	27.299,10	35.682,93

El estudio de la evaluación económica es la parte final del análisis de la factibilidad de un proyecto.

Con la finalidad de establecer la evaluación del rendimiento del proyecto los métodos a utilizar son el VAN y el TIR, sin embargo, también se calcula como complemento del estudio el TIRM y PRI.

10.4.10 Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se utilizará la información obtenida del flujo de caja de inversionistas. Así tenemos que:

VAN=26.957,50 FAVORABLE

Interpretación de resultados que entrega el van

- Si el resultado del VAN = 0, entonces el proyecto entrega la renta que el inversionista exige a la inversión.
- Si el resultado del VA <0, debe interpretarse como la cantidad que falta para que el proyecto rente lo exigido al inversionista.
- Si el resultado del VAN >0 El resultado que se obtuvo para el proyecto fue un VAN POSITIVO, es decir mayor a cero (0), lo que quiere decir que el presente proyecto es rentable, considerando la tasa de descuento del 12% anual. En conclusión, el proyecto generaría a valor presente de \$.26.957,50 en un período de 5 años.

10.4.11. Tasa Interna De Retorno (TIR)

Es la tasa a la que VAN se vuelve cero y representa la tasa de interés máxima que el inversionista puede pagar sin perder dinero por los fondos requeridos para financiar la inversión, así tenemos : TIR= 57%

10.4.12. Interpretación Del Resultado Que Entrega La TIR

La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) equivalente a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión sea igual a cero (VAN=0)

Está considerada que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

CONDICIÓN

TIR > Tasa de descuento

16,45% > 12%

Con esta aclaratoria queda demostrada la factibilidad del proyecto

10.4.13. Relación Costo Beneficio

Tabla 69

Relación Costo/Beneficio

AÑO	1	2	3	4	5
Ingresos	87937,5	101567,8	117310,8	135494	156495,6
Costos	75920,98	87297,22	96619,51	109500,8	127176,3
Relación Costo Beneficio	1,158277	1,163471	1,214153	1,237379	1,23054

La magnitud de la RCB puede ser importante. Una RCB que varía entre 1.1077- 1,186 no es significativamente mayor que 1, por lo que la rentabilidad puede ser modesta.

10.4.14 Beneficios Sociales

Los beneficios sociales que se lograrán con el proyecto en curso son los siguientes:

Creación de empleo: El proyecto proporcionará empleo a la población local, especialmente a jóvenes y mujeres, en condiciones justas y equitativas.

Proveedores: Se adquirirán productos del mismo sector, lo que generará rentabilidad y valorizará los productos locales.

Promoción de la gastronomía local: El servicio de restauración se centrará en ofrecer platos tradicionales de la región, promoviendo la cultura local y hábitos saludables.

Fortalecimiento del producto nacional: Se ofrecerán productos artesanales auténticos, lo que contribuirá al fortalecimiento de la industria nacional.

Generación de divisas: La oferta de productos y servicios en el restaurante generará ingresos en divisas para el país.

Dinamización del sector: Se fomentará la colaboración con artesanos, familias y guías locales para desarrollar actividades y servicios, como excursiones y talleres, con el objetivo de reducir la pobreza a largo plazo.

11.IMPACTOS

Impactos Técnicos:

- **Análisis de viabilidad técnica:** Un estudio de factibilidad evalúa la viabilidad técnica del proyecto de creación de un restaurante. Esto implica analizar aspectos como la ubicación del restaurante, el tamaño y diseño del local, los equipos y utensilios necesarios, y los requisitos de infraestructura.
- **Planificación de operaciones:** El estudio de factibilidad también incluye la planificación de las operaciones del restaurante, como la organización del personal, los horarios de trabajo, los procesos de preparación de alimentos y la gestión de inventario.
- **Evaluación de proveedores:** Se realiza una evaluación de los proveedores de alimentos y otros suministros necesarios para el funcionamiento del restaurante. Esto implica analizar la calidad de los productos, los precios y la disponibilidad de los proveedores.

Impactos Sociales:

- **Generación de empleo:** La creación de un restaurante puede tener un impacto positivo en la generación de empleo en la comunidad. El restaurante puede contratar a personal local, lo que contribuye a la economía local y brinda oportunidades de empleo a los residentes.
- **Mejora de la calidad de vida:** Un restaurante exitoso puede mejorar la calidad de vida de la comunidad al proporcionar un lugar para socializar, disfrutar de comidas y eventos, y promover la cultura local.
- **Interacción comunitaria:** Los restaurantes a menudo se convierten en lugares de encuentro para la comunidad, donde las personas pueden reunirse, compartir experiencias y fortalecer los lazos sociales.

Impactos Económicos:

- **Generación de ingresos:** Un restaurante exitoso puede generar ingresos significativos para los propietarios y contribuir al crecimiento económico de la

comunidad. Los ingresos provienen de las ventas de alimentos y bebidas, así como de servicios adicionales como eventos privados o catering.

- Estimulación de la economía local: Los restaurantes atraen a clientes de la comunidad y de fuera de ella, lo que puede estimular la economía local al aumentar la demanda de otros servicios y productos, como proveedores de alimentos, agricultores locales y proveedores de servicios relacionados.
- Promoción del turismo: Un restaurante de calidad puede atraer a turistas y visitantes a la comunidad, lo que puede tener un impacto positivo en la industria turística local y en la economía en general.

12.CONCLUSIONES

- Mediante la sistematización de los datos obtenido con la aplicación del método cualitativo se definió el perfil del turista que visita en cantón Mejía se caracterizó mediante la aplicación de 91 encuestas de las cuales se obtuvo los siguientes resultados. Los turistas que visitan el cantón corresponden a nacionalidad ecuatoriana, en cuanto a la edad, la mayoría de los visitantes pertenecen a la generación millennial, que abarca un rango de edad entre los 23 y los 40 años. Estos turistas afirman asistir al nuevo restaurante y prefieren hacerlo en compañía de su familia, que suele estar compuesta por aproximadamente 3 a 5 integrantes. Por otro lado, consideran importante que el menú del restaurante incorpore nuevos platos como el cuy asado y la trucha frita. En cuanto al gasto promedio que realizan en un restaurante de este tipo, oscila entre \$10 y \$15
- Se determinó el tamaño del proyecto y los requisitos necesarios para su correcto funcionamiento. Esto incluye la distribución del establecimiento en 3 plantas. La primera planta se destinará a la cocina, la planta central al comedor y, finalmente, la parte alta se utilizará como un área de mirador. Esta distribución se considera óptima debido a las diferentes vistas a las elevaciones volcánicas.
- Dentro del estudio administrativo y legal para el funcionamiento del restaurante, se estableció una misión, visión y valores corporativos. Además, se organizó el restaurante en diferentes departamentos, como administración, contabilidad, marketing y operaciones, a través de un organigrama funcional y estructural. También se crearon diversas matrices para llevar a cabo un control adecuado. Por último, se detallaron todos los requisitos legales que el restaurante debe cumplir.

- El estudio económico y la evaluación del proyecto indican que el restaurante es factible y viable desde el punto de vista económico. El Valor Actual Neto (VAN) obtenido es de 26.955,50, lo cual es positivo. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 57% y el Costo/Beneficio es de 1,15, lo que confirma la viabilidad del proyecto.

13. RECOMENDACIONES

- Monitorear constantemente el mercado y realizar ajustes en la oferta y el servicio del restaurante según las necesidades y preferencias cambiantes de los turistas. Esto permitirá mantener la competitividad y la relevancia en el mercado
- Los productos diseñados en el estudio técnico deben ser flexibles y susceptibles a cambios, para poder adaptarse a los requerimientos de los visitantes.
- Es fundamental cumplir con todos los requisitos legales para garantizar el correcto funcionamiento de la empresa, de acuerdo con las leyes vigentes. Además, es primordial contar con personal calificado que cumpla con los requisitos mencionados en el estudio, ya que la calidad del servicio depende de ellos.
- Una vez que la empresa comience a operar, se sugiere elaborar un plan de marketing anual que permita identificar las necesidades de los visitantes y planificar las acciones adecuadas para satisfacerlos plenamente.

14. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos turísticos*.
- Acosta, E. G. (2011). *Límite de cambio aceptable en el Parque Nacional Cotopaxi (Zona Natural Intensiva), sectores en Caspi y Pedregal, Provincias de Cotopaxi y Pichincha*. Latacunga: Proyecto de Tesis. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/594/1/T-UTC-0498.pdf>
- Arias Marín, K., Carrillo Maldonado, P., & Torres Olmedo, J. (2020). *Análisis del sector informal y discusiones sobre la regulación del trabajo en plataformas digitales en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45866-analisis-sector-informal-discusiones-la-regulacion-trabajo-plataformas-digitales>
- Asana. (2022). *Inicio del proyecto: El primer paso para una gestión exitosa del proyecto [2022]* • Asana. Asana. <https://asana.com/es/resources/project-initiation>
- Atiempo. (2021, mayo 3). *Sistemas Biométricos—Atiempo*. <https://atiempo.com.ec/sistemas-biometricos-2/>
- Barrera, J. A. T. (2021). Importancia de la comida tradicional, de la mesa a la cocina. *NOVUM, revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, 2(11), 43-59.
- Cevallos. (2010). *Factibilidad Económica de Un Proyecto de Software | PDF | Software | Análisis coste-beneficio*. <https://es.scribd.com/document/659437851/Factibilidad-Economica-de-un-Proyecto-de-Software>
- Clavijo, A. D. P., & Chavez, M. A. (2016). Proyecto creación restaurante comida caribeña. *instname:Fundación Universitaria Los Libertadores*. <https://repository.libertadores.edu.co/handle/11371/767>
- CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. <https://jprf.gob.ec/wp-content/uploads/2023/03/1.-Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador-2.pdf>
- Contreras, R., Múzquiz, A., & Petersen, A. (2011). *Guía técnica para elaborar organigramas*. 8-10. https://info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/leyes/dom-p003-d2_003_guia_tecnica_para_elaborar_organigramas.pdf
- Coronel, K. J. (2022). *Propuesta de Ruta Turística de la parroquia Machachi, cantón Mejía provincia de Pichincha*. [bachelorThesis, Ecuador, Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. <http://localhost/handle/27000/9317>
- De Turismo, L. (2014). *LEY DE TURISMO*. turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

- Díaz, P. (2018). *Ecoturismo y turismo de naturaleza*.
https://www.ostelea.com/sites/default/files/2020-05/Informe_Ecoturismo.pdf
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: La gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16.
- Gobierno Autónomo Decentralizado De Mejía. (2020). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2019-2023*.
http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/disenio_paginas/archivos/Actualizaci%C3%B3n%20del%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20de%20Cant%C3%B3n%20Mej%C3%ADa%202019-2023..pdf
- Jaramillo, A. M., & Lozada, M. L. (2019). Alejados de nuestra identidad culinaria tradicional por las nuevas culturas alimentarias. *INNOVA Research Journal*, 189-199.
<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n12.2018.863>
- Maldonado, J. Á. (2015, septiembre 21). *La metodología de la investigación*. gestiopolis.
<https://www.gestiopolis.com/la-metodologia-de-la-investigacion/>
- Martín Rodríguez Corner, D. (2008). La gastronomía como patrimonio cultural inmaterial en el turismo. *IX Congreso Internacional de Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación: (9. 2008. Sevilla), Vol. 2, 2008, ISBN 978846123459z, págs. 113-118*, 113-118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6166036>
- Ministerio de Turismo. (2018). *Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas*.
https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- bde. (2022). *Programa de Educación Financiera*. Obtenido de
<https://bde.fin.ec/programa-de-educacion-financiera/>
- Miranda, J. (2005) *Gestión de proyectos*
https://students.aiu.edu/submissions/profiles/resources/onlineBook/m7r2W5_Gestion%20de%20Proyectos%20good.pdf
- Cardoso, C. (2006). Turismo Sostenible: una revision conceptual aplicda. Obtenido de
<https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- Clavijo, A., & Chávez, M. (2015). Proyecto creación restaurante comida Caribeña. Obtenido de
<https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/767/ChavezFalconMartinaAlonso.pdf>
- Coronel, K. J. (Marzo de 2022). PROPUESTA DE RUTA TURISTICA DE LA PARROQUIA MACHACHI. CANTÓN MEJIA PROVINCIA DE PICHINCHA.

- Proyecto de investigación*, pág. 3. Obtenido de <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/9317/1/PC-002237.pdf>
- Ecuador, C. N. (1997). Ley de Defensa del Artesano. Obtenido de LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf (artesanos.gob.ec)
- Ecológico Sostenible. (s.f.). *Los beneficios ambientales de los edificios de acero*. Obtenido de <https://ecologicosostenible.com/los-beneficios-ambientales-de-los-edificios-de-acero/>
- El Telégrafo. (2015). *El barrio Guitig fue testigo del desarrollo de la marca ecuatoriana de agua embotellada*. Quito. Obtenido de <https://www.eltelgrafo.com.ec/noticias/quito/1/el-barrio-gueitig-fue-testigo-del-desarrollo-de-la-marca-ecuatoriana-de-agua-embotellada>
- elyex. (2021). *Se desarrolla primera etapa de asfaltado de la vía Guitig-Pedregal, en Mejía*. Obtenido de <https://elyex.com/la-alcalda-de-este-cantn-labora-en-varios-frentes-punto-noticias-el-municipio-de-meja-y-la-prefectura-de-pichincha-trabajan-en-la-primera-etapa-del-asfaltado-de-la-carretera/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Mejía GADCM. (2019). *Actualización del PDOT 2019-2023*. Obtenido de GADCM: <https://municipiodemejia.gob.ec/assets/PDOT.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). Metodología de la Investigación. Obtenido de <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s.f.). *Proyecciones Poblacionales*. Obtenido de ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/
- Jiménez, M. G., & Pacheco, M. F. (2011). Proyecto de implementación de un restaurante para la promoción cultural de la gastronomía típica de la sierra ecuatoriana en la ciudad de Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1488/9/UPS-ST000614.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO. (2018). Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf
- Ministerio de Turismo. (2020). *Mejía, un destino para disfrutar de la aventura y gastronomía*. Quito: Noticias. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/mejia-un-destino-para-disfrutar-de-la-aventura-y->

- gastronomia/#:~:text=En%20el%20cant%C3%B3n%20Mej%C3%ADa%20tambi%C3%A9n,morti%C3%B3n%20y%20crema%20entre%20otros
- Oña, A., & Gallo, H. (2015). Plan Estratégico de marketing para implementar los índices de turismo en el cantón Mejía. 121. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/10652/T-ESPE-049037.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Organización Mundial del Turismo UNWTO. (13 de May de 2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. (O. M. UNWTO, Ed.) 8. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>
- Oscar E., N. (2009). Formulación y Evaluación de proyectos. Obtenido de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25345w/semana3.pdf>
- Ocampo, D. S. (2020, abril 21). La observación en la investigación cuantitativa. *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/la-observacion-en-la-investigacion-cuantitativa/>
- Oñate, F. T., Fierro, J. R., & Viteri, M. F. (2018). Diversidad Gastronómica Y Su Aporte a La Identidad Cultural. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 44, 1-13.
- Ortiz, J. C. L. (2014). *ANÁLISIS DEL TURISMO Y SU IMPORTANCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN AMÉRICA LATINA: EL CASO DEL ECUADOR*.
- OSTELEA. (2021). *Turismo Rural en Ecuador*. https://www.ostelea.com/sites/default/files/2021-02/Informe_Turismo%20rural.pdf
- Paredes, F. (2011). *Turismo Cultural en el Ecuador*. <https://congresocchile.files.wordpress.com/2012/04/presentacion3b3n-turismo-cultural-en-el-ecuador.pdf>
- Pérez, A. M. (2022, abril 25). ¿Qué es el Turismo de Aventura? *Entorno Turístico*. <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>
- Pineda, S. A. (2022). *La globalización y la cultura gastronómica en la ciudad de Ambato* [bachelorThesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo y Hotelería]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/34668>
- Prefectura de Pichincha. (2017, agosto 29). *Mejía*. <https://www.pichincha.gob.ec/component/content/article/105-mejia>
- Prefectura de Pichincha. (2021, septiembre 4). *Inauguramos la repavimentación de la vía Güitig-El Pedregal en Mejía*.

- <http://intranet.pichincha.gob.ec/noticias/pichincha/item/7707-la-repavimentacion-de-la-via-gueitig-el-pedregal-en-mejia-es-una-realidad.html>
- Pazos, L. S. (2001). Manual Resumino de Gestión de Proyectos. *Gestión de Proyectos*, pág. 8.
- Prefectura de Pichincha. (2017). *Prefectura de Pichincha*. Obtenido de Mejía:
<https://www.pichincha.gob.ec/component/content/article/105-mejia?layout=edit&Itemid=437>
- Realí, C. (2021, octubre 14). Todos los tipos de Turismo que existen según Cohen, OMT, motivación y tipo. *Mize*. <https://mize.tech/es/blog/todos-los-tipos-de-turismo-que-existen-segun-cohen-omt-motivacion-y-tipo/>
- Sarabia, J. (2022). *La gastronomía típica en la actividad turística de Baños de Agua Santa* [bachelorThesis, Universidad Técnica de Ambato-Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación-Carrera de Turismo].
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/35754>
- Serna, A. (2023). *Globalización y diversidad cultural: Desafíos y oportunidades en los negocios globales*. <https://es.linkedin.com/pulse/globalizaci%C3%B3n-y-diversidad-cultural-desaf%C3%ADos-opportunidades>
- Silva, R. F. (2012). *La planificación como instrumento público para la organización territorial. Caso de estudio cantón Mejía*. [masterThesis, Quito, Ecuador : Flacso Ecuador]. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/9157>
- Soria, Y. (2020). *Gastronomía, nutrición e historia*. <http://iessoller.com/wp-content/uploads/sites/123/2020/09/projecte-yaneth.pdf>
- Urquiza Cevallos, G. Y. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de un asadero-restaurante en la ciudadela Arupos del Norte, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo 2013* [bachelorThesis, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/9674>
- Vargas, P. (2016). *INCIDENCIA DEL AGROTURISMO EN EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA CHAGRA, SECTOR DEL PEDREGAL, PARROQUIA DE MACHACHI, CANTÓN MEJÍA*. Quito. Obtenido de
https://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/17462/1/65379_1.pdf
- Villarán, K. W. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS*. Lima. Obtenido de
http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf
- Vivallo, A. (1999). *Formulación y Evaluación de Proyectos: Manual para estudiantes*. (E. D. Santos, Ed.) Obtenido de

https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/manual-evalua-proy.pdf

Villena Navarro, M. (2014). *Turismo de negocios: Análisis del gasto diario de los turistas de negocios*. <https://repositorio.upct.es/handle/10317/4425>

World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789213612385>

Tapia, R. F. (2016). Estudio de la gastronomía ancestral en la parroquia de Machachi, Cantón Mejía, Provincia de Pichincha". *Proyecto de Investigación* , 3. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3580/1/T-UTC-00816.pdf>

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. (2023). Sector de viajes y turismo de Ecuador representará el 4,4% de la economía nacional al cierre de 2023: WTTC. Obtenido de <https://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismo-de-ecuador-representara-el-4-4-de-la-economia-nacional-al-cierre-de-2023#:~:text=En%202022%2C%20la%20contribuci%C3%B3n%20del,2%25%20de%20la%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana.>

15. ANEXOS

Anexo 1. Datos informativos del docente tutor de la titulación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE



DATOS PERSONALES

APELLIDOS: SAMPEDRO ARRIETA
NOMBRES: MILTON ALBERTO
ESTADO CIVIL: CASADO
CEDULA DE CIUDADANÍA: 0602636987
NÚMERO DE CARGAS FAMILIARES: 2
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: RIOBAMBA 09 DE ENERO DEL 1976
DIRECCIÓN DOMICILIARIA: RIOBAMBA
TELÉFONO CONVENCIONAL: 032393061
TELÉFONO CELULAR: 0984509068
EMAIL INSTITUCIONAL: milton.sampedro@ute.edu.ec
TIPO DE DISCAPACIDAD: N/A
DE CARNET CONADIS: N/A

ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

NIVEL	TÍTULO OBTENIDO	FECHA DE REGISTRO	CÓDIGO DEL REGISTRO CONESUP O SENESCYT
TERCER	INGENIERO en TURISMO	24-16-2004	1002-04-333693
TERCER	GUÍA PROFESIONAL DE TURISMO	09-08-2011	1082-01-1071806
CUARTO	MAGISTER en EDUCACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL	09-06-2013	1032-13-6609100

PUBLICACIONES RECIENTES

Autor/ Coautor de artículo indexado	Nombre del Artículo	Nombre de la revista	Lugar (País-ciudad)	Fecha de la publicación
Autor	"ESTUDIO DE LA INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL DE CORREDORES TURÍSTICOS. CASO DE ESTUDIO CANTON PALLATANGA, PROVINCIA CHIMBORAZO, ECUADOR"	"TURyDES, Turismo y Desarrollo Local" (ISSN: 1988-5261), LATINDEX, C.I.R.E.T	Málaga a 18 de julio de 2017.	18 de julio de 2017.
Autor	"La exportación de cereal de quinoa orgánica al mercado de Hamburgo- Alemania", como parte del libro "FACETAS ACADÉMICAS"	"FACETAS ACADÉMICAS" Libro bajo el ISBN: 978-9942-750-51-1	Quito, 18 de diciembre de 2017	18 de diciembre de 2017
Autor	"LAS RELACIONES DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN HUMANISTA EN ECUADOR"	"Revista Caribeña de las Ciencias Sociales", (ISSN: 2254-3630), LATINDEX	Málaga a 9 de mayo de 2016.	9 de mayo de 2016.
Coautor	"La Capacidad de Carga Turística como una herramienta de planificación en turismo"	ESPE	Ecuador- Latacunga	2016
Coautor	Planificación para la conservación de sitios del turismo sostenible, caso bosque de Leonora, provincia de Chimborazo.	UTCiencia	Ecuador - Latacunga	Aprobada para publicación, volumen 4
Coautor	Diagnóstico ornitológico en el campo Salache	Libro	Ecuador - Latacunga	Aprobada para publicación digital

HISTORIAL PROFESIONAL

FACULTAD Y CARRERA EN LA QUE LABORA: Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales – Turismo

ÁREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Servicios: 81 Servicios personales

PERÍODO ACADÉMICO DE INGRESO A LA UTC: Octubre 2016

FIRMA

Anexo 2. Datos informativos del estudiante

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Changoluisa Paneluisa

NOMBRES: Adriana Lizbeth

ESTADO CIVIL: Soltera

CÉDULA DE CUIDADANÍA: 1753883709

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: Machachi, 01 de julio del 2001

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: Pichincha -Cantón Mejía- Parroquia de Machachi/
Cooperativa de Vivienda Tesalia

TELÉFONO CELULAR: 0981430965

CORREO ELECTRÓNICO: adriana.changoluisa3709@utc.edu.ec



FORMACIÓN ACADÉMICA

Estudios primarios: Unidad Educativa "José Mejía Lequerica"

Estudios secundarios: Título de Bachiller Técnico

Unidad Educativa "Aloasi"

Estudios universitarios: Turismo, el proceso

Universidad Técnica de Cotopaxi

CURSOS ADICIONALES

III Seminario de Innovación y emprendimiento, Universidad Técnica de Cotopaxi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adriana Lizbeth Changoluisa Paneluisa'.

Adriana Lizbeth Changoluisa Paneluisa

C.C.:1753883709

Anexo 3. Aplicación de la encuesta a la demanda



Anexo 4. Aplicación de la encuesta a la demanda



Anexo 5. Aplicación de la encuesta a la oferta



Anexo 6. Aplicación de la encuesta a la oferta



Anexo 7. Aplicación de la encuesta a la demanda



Anexo 8. Diseño de la encuesta para la oferta



Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Carrera de Turismo

“Encuesta para la apertura de un restaurante de comida tradicional”

Saludos cordiales. Me dirijo a usted para solicitar su colaboración en responder la siguiente encuesta.

El objetivo de esta encuesta es entender la oferta existente en el sector para asegurar la viabilidad de establecer un restaurante de comida tradicional en el barrio Güitig Alto.

A) Nombre del establecimiento: _____

B) Nombre del representante: _____

1. ¿Cuál es la principal actividad a la que se dedica su negocio?:

Alimentos y bebidas () Hospedaje () otro (): _____

2. ¿Cuántos años de servicio lleva en el mercado? _____

3. ¿Cuenta con alguna certificación?

NO ()

SI (cuales) () _____

4. ¿Cuál es su horario de atención: _____

5. ¿Cuántas personas laboran en el lugar: _____

6. ¿Cuál es la capacidad del aforo? _____

7. ¿Cuántos clientes recibe aproximadamente al año: _____

8. ¿Qué meses considera usted que obtiene más clientes? Por qué?: _____

9. ¿Cuál es el grupo de clientes más numeroso en su establecimiento?

Turistas Nacionales () Turistas Extranjeros ()

10. ¿Su establecimiento es accesible para personas con discapacidad? Si () No ()

11. Con respecto a gastronomía: ¿Qué tipo de comida ofrece en su establecimiento

Tradicional () Comida rápida () Gourmet () Internacional ()

12. ¿Cuál es el plato preferido por sus comensales: _____

13. ¿Cuál es la forma de pago preferida por los clientes que recibe?

Efectivo () Transferencia Bancaria () Tarjeta de Credito () Otro ()

14. ¿Cuál es el medio más utilizado en su establecimiento para comercializar sus productos

Redes Sociales () Ferias empresariales () Pase de voz ()

15. ¿Cuenta con redes sociales?, Si su respuesta es sí, cual es la red social por donde más interactúa:

SI () : Facebook () Whatsapp () Instagram () Tik Tok () otro: _____

NO ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 9. Diseño de encuesta para la demanda



Universidad Técnica de Cotopaxi
Facultad de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales
Carrera de Turismo

“Encuesta para la apertura de un restaurante de comida tradicional”

Saludos cordiales. Me dirijo a usted para solicitar su colaboración en responder la siguiente encuesta. El propósito de esta encuesta es conocer los gustos y preferencias de nuestros potenciales clientes para garantizar la factibilidad de la creación de un restaurante de comida tradicional en el barrio Gütig Alto.

SECCIÓN I: DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO

Segmentación geográfica y demográfica

A. Marque con una (X) su nacionalidad:

Ecuatoriana () Extranjera ()

B. ¿Cuál es su lugar de residencia actual?

C. Género: Masculino () Femenino () Otro () _____

D. Ocupación:

Empleado Público () Empleado Privado () Independiente () Estudiante () Jubilado ()

E. ¿A qué grupo de edad pertenece usted?

a) 55 y 75 años (Baby Boomers) ()

b) 41-54 años (Generación X) ()

c) 23-40 años (Millennials) ()

d) 7-22 años (Generación Z) ()

SECCION II: GENERALIDADES

Segmentación psicográfica y conductual

Marque con una (X) en su respuesta seleccionada:

1. ¿Cuál es el motivo por el que usted transita por el barrio Gütig Alto

- a) Residencia en el barrio ()
- b) Realización de actividades cotidianas ()
- c) Visita a familiares ()
- d) Visita el Parque Nacional Cotopaxi ()
- e) Conocer la Cascada del Río Pita ()
- f) Otro () : Especifique _____

2. ¿Conoce usted la comida tradicional de la Sierra?

- a) Sí, conozco la comida tradicional de la Sierra ()
- b) No, no estoy familiarizado con la comida típica de la región Serrana ()

3. ¿Estaría usted dispuesto a visitar un nuevo restaurante ubicado en el Barrio Gütig Alto que ofrezca comida típica de la Sierra?

- a) Sí ()
- b) No ()
- c) Tal vez ()

4. ¿Con quién acudiría al restaurante de comida tradicional?

Máximo 2 respuestas

- a) Solo
- b) En pareja
- c) Con familia
- d) Con Amigos
5. **En caso de acudir en familia, indique cuantos integrantes conforman su familia**
Especifique solo en Números: _____
6. **¿Con que frecuencia los visitaría?**
- a) Diariamente
- b) Una vez a la semana
- c) Quincenalmente
- d) Una vez al mes
7. **Específicamente, que días acude normalmente a un restaurante**
- | | | | | | | |
|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|
| Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|
8. **¿Cuál considera que es factor primordial para poder acudir constantemente a un restaurante? Escoja uno.**
- a) Precio
- b) Calidad
- c) Ubicación
- d) Servicio
- e) Otro Especifique _____
9. **A continuación, se enlista algunos platos tradicionales de la región Sierra, señala uno que sea de tu preferencia.**
- a) Caldo de Pata
- b) Caldo de gallina
- c) Locro de Cuy
- d) Tortillas con caucara
- e) Yaguarloco
- f) Papas con cuero y librillo
10. **Conociendo anteriormente los platos que se sirven el restaurante actualmente, ¿Qué otro plato adicional recomendaría recomienda que sea incluido en el menú de un restaurante tradicional?, Responda**
11. **Cuál es el factor primordial que le hace recomendar este lugar a otras personas**
- a) El servicio recibido
- b) Sazón
- c) Buen Ambiente
- d) Rapidez de la atención
- e) Otro, especifique : _____
12. **¿Cuál es el gasto promedio que realiza en un restaurante de comida tradicional, cuando va en familia? Marque con una (X)**
- a) Menos de \$10
- b) De \$10 a \$15
- c) De \$15 a \$25
- d) Mayor a \$25
13. **¿Cuál es su método de pago preferido al consumir en un restaurante?**
- a) Efectivo
- b) Tránsito
- c) Tarjeta de Crédito- Débito
- d) Otro: Especifique: _____
14. **¿Cuál es tu preferencia en cuanto a la manera de solicitar y pagar por tu orden en un restaurante?**
- a) Prefiero hacer mi orden a través de un mesero y pagar al final en la caja.
- b) Prefiero hacer mi orden y pagar en la caja al mismo tiempo.
15. **¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza para buscar restaurantes?**
- a) TV, radio, comercio
- b) Recomendación por otras personas
- c) Redes sociales como: Facebook, Tik Tok, Instagram
16. **¿Le gustaría que el restaurante cuente con un espacio donde se muestre elementos de la cultura de los Andes como es: EL CHAGRA?**
- a) Si
- b) No
17. **Aparte del restaurante, que tipo de actividades le gustaría disfrutar en este sitio. Marque con una (X)**
- a) Muestras culturales: Novillada, corrida de borregos
- b) Música en vivo: presentación de grupos musicales de la cultura chacarera
- c) Organización de eventos de acuerdo con las festividades: Navidad, Día de la madre, Día del padre, día del niño, etc.
18. **Con respecto a la pregunta anterior, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios adicionales?**
- a) \$1 a \$2
- b) \$2.50 a \$3
- c) \$3 a \$5
19. **De cuánto tiempo dispondría para desarrollar la actividad que escogió anteriormente**
- a) 1 a 2 horas
- b) 2 a 3 horas
- c) 3 a 4 horas
- d) Todo el día
20. **Para finalizar, ¿Cómo le gustaría que fueran las promociones?**
- a) Cupones descuento que puedan ser canjeados de manera sencilla en la tienda física
- b) Promociones y descuentos en fechas importantes como cumpleaños y aniversarios

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !