

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO



RESTAURANTE TEMÁTICO DE GASTRONOMÍA TRADICIONAL DEL ECUADOR EN EL SECTOR DE LA LAGUNA DE YAMBO, CANTÓN SALCEDO

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo.

AUTORES:

Carlos Andrés Nicolalde Encalada

Hernan Gustavo Tipanguano Quinatoa

DIRECTORA:

Victoria Geovanna Ruíz Erazo MSc.

Ibarra, 2023

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Victoria Geovanna Ruíz Erazo, Directora del Trabajo de Grado “RESTAURANTE TEMÁTICO DE GASTRONOMÍA TRADICIONAL DEL ECUADOR EN EL SECTOR DE LA LAGUNA DE YAMBO, CANTÓN SALCEDO”, de autoría de los señores: Nicolalde Encalada Carlos Andrés, con cédula de ciudadanía número 100420449-9, y Tipanguano Quinatoa Hernan Gustavo, con cédula de ciudadanía número 055022916-5, tengo a bien manifestar que el documento contiene los requisitos académicos e investigativos pertinentes para que sea sometido a defensa pública, por lo que autorizo que se realicen los trámites consiguientes.



MSC. Victoria Geovanna Ruíz Erazo

C.I 0401393855

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	1004204499		
APELLIDOS Y NOMBRES	Nicolalde Encalada Carlos Andrés		
DIRECCIÓN:	Otavalo, Ilumán, Calle Bolívar 05 y Vía a San Pablo		
EMAIL:	canicolaldee@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2 946-138	TELÉFONO MÓVIL:	0997236683

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador en el sector de la Laguna de Yambo, Cantón Salcedo.
AUTOR (ES):	Carlos Andrés Nicolalde Encalada, Tipanguano Quinatoa Hernan Gustavo
FECHA: DD/MM/AAAA	04/10/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO

TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Victoria Geovanna Ruíz Erazo

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD	0550229165
APELLIDOS Y NOMBRES	Tipanguano Quinatoa Hernan Gustavo
DIRECCIÓN:	Ibarra, El Olivo
EMAIL:	hgtipanguanoq@utn.edu.ec
TELÉFONO FIJO:	TELÉFONO MÓVIL: 0984550074

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador en el sector de la Laguna de Yambo, Cantón Salcedo.
AUTOR (ES):	Carlos Andrés Nicolalde Encalada, Tipanguano Quinatoa Hernan Gustavo
FECHA: DD/MM/AAAA	04/10/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Victoria Geovanna Ruíz Erazo

2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 04 días del mes de octubre de 2023.

LOS AUTORES:



Hernan Gustavo Tipanguano Quinatoa



Carlos Andrés Nicolalde Encalada

DEDICATORIA

El siguiente trabajo de investigación está dedicado para las personas que han brindado el apoyo para poder realizar este trabajo investigativo en especial a quienes me abrieron las puertas de su propiedad para realizar esta investigación, siendo de su agrado puedan ser una guía aplicativa de emprendimiento temático en el sector de la Laguna de Yambo, a futuras generaciones de estudiantes en turismo, emprendedores y personas interesadas en desarrollar ideas diferentes, que encuentren este documento como propuesta de guía de emprendimiento temático.

Gustavo Tipanguano

El presente documento está dedicado a estudiantes de turismo que serán futuros emprendedores, sirviendo este trabajo como base para poder planificar y desarrollar desde cero la creación de un establecimiento de restauración con rasgos culturales de nuestro país, así mismo para personas interesadas que busquen un modelo a seguir para cualquier tipo de emprendimiento.

Andrés Nicolalde

AGRADECIMIENTO

Por ser el pilar fundamental en mi vida y por enseñarme el don del amor, trabajo, y la resiliencia agradezco a mi Madre y Hermanas(o) y a las personas que se han convertido en familia a todos los que he conocido en el transcurso de mi vida en especial a los que ya no están me enseñaron muchas cosas que hoy me sirven para seguir buscando más objetivos, a mis docentes que han contribuido a mi formación por su paciencia y profesionalismo y a las instituciones en la cuales han permitido formarme como profesionales, y como ultimo y menos importante quiero agradecerme a mí , por creer en mí, quiero agradecerme por nunca darme por vencido, agradecerme por ser siempre una persona que da todo y tratar de dar más de lo que recibe, quiero agradecerme a mí por tratar de hacer más bien que mal, quiero agradecerme a mí por ser yo siempre gracias totales.

Gustavo Tipanguano

Agradezco por siempre el apoyo incondicional de mi familia, especialmente de mi Madre y Abuelos, por sus consejos , sus reprimendas y gestos de cariño, mismos que me convirtieron una mejor persona e hicieron que no me diera por vencido durante los obstáculos en mi vida, sin ellos no habría llegado a este momento, el culmen de mi carrera universitaria y el inicio de una vida profesional, así mismo el agradecimiento a todos aquellos compañeros y amigos con los cuales compartimos en aulas de la misma manera el agradecimiento a mis docentes por haber puesto su granito de arena y brindarme sus conocimientos y consejos para seguir siempre en busca de contribuir a la sociedad dentro de lo personal y profesional.

Andrés Nicolalde

INDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	iii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	iii
CONSTANCIAS.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
ABSTRACT.....	xx
Capítulo 1. Idea de Negocio.....	1
1.1.Determinación de la idea de negocio	1
1.2.El problema.....	2
1.2.1.Enunciación del problema.....	2
1.2.2 Planteamiento del problema.....	4
1.2.3 Objetivos	5
1.2.4 Modelo de Negocio.....	6
1.2.5 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento	7
Capítulo 2. Estudio de Mercado.....	10
2.1 Diseño de la investigación	10
2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección	11
2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	12
2.1.3 Instrumentos de recolección	15
2.1.4 Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista).....	16

2.2 Análisis de la demanda	37
2.3 Análisis de la oferta	37
2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto	39
2.5 Demanda objetiva	40
Capítulo 3. Estudio Técnico.....	42
3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	42
3.1.1 Identificación de la demanda	42
3.1.2 Número de clientes proyectados	42
3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados	42
3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.....	43
3.2.1 Macro localización:.....	43
3.2.2 Micro localización	44
3.3 Identificación y descripción de los procesos	45
3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio	45
3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	88
3.4 Ingeniería del proyecto	91
3.4.1 Distribución de la planta	91
3.4.2 Requerimientos por áreas.....	102
3.5 Inversiones y capital de trabajo.....	106
3.6 Estructura organizativa y administrativa	107
3.6.1 Misión	107
3.6.2 Visión.....	107
3.6.3 Políticas.....	108

3.6.4 Valores	109
3.6.5 Marca e imagen corporativa.....	109
Merchandising.....	111
3.6.6 Organigramas.....	112
3.6.7 Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual.....	114
Capítulo 4. Estudio de Impacto Ambiental.....	126
4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.....	126
4.2 Determinación de la metodología.....	127
4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.....	135
Plan de Manejo Ambiental.....	138
Capítulo 5. Estudio Financiero	140
5.1 Inversiones y capital de trabajo.....	140
5.1.1 Capital de trabajo	140
5.1.2 Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.....	141
5.2 Estados Financieros Proyectados.....	142
5.2.1 Balance de situación inicial	142
5.2.2 Tabla de amortización.....	143
5.2.3 Costo de capital.....	144
5.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 5 años.....	144
5.2.5 Análisis de Evaluación Financiera (VAN TIR).....	145
5.2.6 Punto de equilibrio.....	146
Conclusiones.....	147
Recomendaciones	150

Anexos 156

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evaluación de idea de negocio.....	2
Tabla 2. Rangos de consideración	2
Tabla 3. Modelo de Negocio Canvas.....	6
Tabla 4. Número de habitantes	13
Tabla 5. Número de encuestas por provincia.....	15
Tabla 6. Segmentación de mercado	16
Tabla 7. Demanda potencial	37
Tabla 8. Competidores.....	38
Tabla 9. Proyección de la demanda insatisfecha	40
Tabla 10. Proyección de la demanda insatisfecha real	40
Tabla 11. Proyección de la demanda objetiva	41
Tabla 12. Proyección de la demanda objetiva real	41
Tabla 13. Receta ceviche	47
Tabla 14. Receta tigrillo.....	48
Tabla 15. Receta encebollado	49
Tabla 16. Receta caldo de salchicha	50
Tabla 17. Receta seco de chivo.....	51
Tabla 18. Receta sango	52
Tabla 19. Receta cuy asado.....	54
Tabla 20. Receta mote pillo	55
Tabla 21. Receta yahuarlocro	56
Tabla 22. Receta hornado	57

Tabla 23. Receta ancas de rana	58
Tabla 24. Receta maito	59
Tabla 25. Receta ayampaco	61
Tabla 26. Receta pincho de chontacuro	62
Tabla 27. Costo-beneficio por producto	63
Tabla 28. Menú Ruta Costera	65
Tabla 29. Menú Ruta Mote y Papita	69
Tabla 30. Menú Ruta al Oriente a Trabajar	71
Tabla 31. Bebidas Frías.....	73
Tabla 32. Bebidas Calientes.....	75
Tabla 33. Potres	77
Tabla 34. Bebidas Rápidas.....	81
Tabla 35. Decoración interior - pinturas	98
Tabla 36. Presupuesto Infraestructura.....	102
Tabla 37. Equipos	103
Tabla 38. Insumos	104
Tabla 39. Capital de trabajo proyectado para los primeros 3 meses de funcionamiento.....	106
Tabla 40. Inversión total	107
Tabla 41. Descripción de colores.....	110
Tabla 42 Descripción figuras y trazos	111
Tabla 43 Distintivos.....	112
Tabla 44. Tabla de clasificación de ‘‘tenedor’’	118
Tabla 45. Descripción de etapas del proyecto	126

Tabla 46. Simbología.....	127
Tabla 47. Extensión o influencia espacial.....	128
Tabla 48. Duración del cambio.....	129
Tabla 49. Magnitud.....	129
Tabla 50. Reversibilidad.....	129
Tabla 51. Riesgo.....	130
Tabla 52. Índice integral del impacto ambiental VIA.....	130
Tabla 53. Pesos relativos.....	131
Tabla 54. Rangos de índices.....	131
Tabla 55. Estudio de línea base.....	132
Tabla 56. Matrices de evaluación.....	133
Tabla 57. Matriz Leopold.....	134
Tabla 58. Evaluación Suelo.....	135
Tabla 59. Evaluación paisaje.....	135
Tabla 60. Evaluación sociocultural.....	136
Tabla 61. Evaluación recreacional.....	136
Tabla 62. Impactos ambientales.....	137
Tabla 63. Plan de Manejo Ambiental.....	138

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sexo	18
Figura 2. Edad.....	19
Figura 3. Lugar de residencia.....	20
Figura 4. Estado civil	21
Figura 5. Ocupación.....	22
Figura 6. Ingresos.....	23
Figura 7. ¿En qué tipo de establecimiento de alimentos y bebidas consumió la última vez que lo hizo?.....	24
Figura 8. ¿Durante el presente mes cuántas veces ha consumido productos de algún Restaurante en un entorno rural?	24
Figura 9. ¿Qué tipos de Platos consumió la última vez que estuvo en un Restaurante?	25
Figura 10. ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?.....	26
Figura 11. ¿De la comida tradicional ecuatoriana cuál de ellas le gustaría encontrar en un Restaurante Temático?.....	26
Figura 12. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por los platos tradicionales mencionados en la pregunta anterior?	27
Figura 13. ¿Qué platos tradicionales consumiría en un restaurante temático?.....	28
Figura 14. ¿Con quién visito un Restaurante la última vez que lo hizo?.....	28
Figura 15. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera son los más Importantes a tomar en cuenta en un Restaurante para Satisfacer sus Expectativas?.....	29
Figura 16. ¿Cuánto fue el tiempo de permanencia en un Restaurante la última vez visito uno? .	30
Figura 17. De un valor del 1 al 5 que tan Interesante le parece un restaurante temático que dé a	

conocer las expresiones Orales de la Laguna de Yambo, espacios con letras corpóreas y estatuas para fotografía, siendo 5 muy interesante, 4 interesante, 3 medio inter	30
Figura 18. ¿Conoce usted Leyendas, Mitos o sobre hechos paranormales sobre la Laguna de Yambo?.....	31
Figura 19. ¿Considera adecuado un Restaurante donde se pueda dar a conocer mitos/leyendas por medio de; decoración, cuadros con leyendas e imágenes, gastronomía, infraestructura, historia, ¿sobre la Laguna de Yambo?.....	32
Figura 20. Cruce de variable entre Género y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?.....	32
Figura 21. Cruce de variable entre Edad y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?.....	33
Figura 22. Cruce de variable entre Lugar de Residencia y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?	34
Figura 23. Cruce de variable entre Estado Civil y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?.....	35
Figura 24. Cruce de variable entre Ocupación y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?	35
Figura 25. Cruce de variable entre Ingresos y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?.....	36
Figura 26. Macro localizaciones	44
Figura 27. Micro localizaciones.....	45
Figura 28. Menú Ruta Costera	82
Figura 29. Menú Al Oriente a Trabajar	82

Figura 30. Menú Mote y Papita	83
Figura 31. Menú Especial Pambamesa	84
Figura 32. Menú Especial Pachamanca	85
Figura 33. Menú Especial Vagón Costero	86
Figura 34. Menú de bebidas frías.....	87
Figura 35. Menú de bebidas calientes.....	87
Figura 36. Menú de postres y más	88
Figura 37. Proceso de servicio.....	89
Figura 38. Flujograma del trabajo en cocina	90
Figura 39. Flujograma del proceso de abastecimiento.....	91
Figura 40. Planos de la instalación (vista aérea).....	93
Figura 41. Plano Área de Almacenamiento	93
Figura 42. Plano Área de Atención y cobro.....	94
Figura 43. Plano de Servicios Higiénicos	95
Figura 44. Plano de Cocina.....	95
Figura 45. Distribución de mesas (comedores).....	96
Figura 46. Plano general edificación central.....	97
Figura 47. Pinturas decorativas región Costa	98
Figura 48. Pinturas decorativas región Oriente.....	98
Figura 49. Pinturas decorativas región Sierra	98
Figura 50. Artesanías representativas región Costa.....	99
Figura 51. Artesanías representativas de la región Oriente	99
Figura 52. Artesanías representativas región Sierra	99

Figura 54 Mesa Interpretativas	100
Figura 53 Acabado final.....	100
Figura 55. Decoración interior vagón	100
Figura 56. Decoración interior	101
Figura 57. Panel informativo exterior	101
Figura 58. Isologo	110
Figura 59. Organigrama operacional	113
Figura 60. Organigrama administrativo	114
Figura 61. WhatsApp Business.....	120
Figura 62. Facebook.....	121
Figura 63. Instagram	122
Figura 64. Tiktok	123
Figura 65. Sitio web.....	124
Figura 66. Cromática de índices	132
Figura 67. Presupuesto capital del trabajo	141
Figura 68. Financiamiento	141
Figura 69. Balance del proyecto	143
Figura 70. Costo Capital	144
Figura 71. Flujo de caja	145
Figura 72. VAN y TIR.....	145
Figura 73. Punto de equilibrio	146

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad para la implementación de Restaurante Temático de Gastronomía Tradicional se presenta como alternativa para la degustación de gastronómico tradicional, se ubicará en la ciudad de Salcedo, sector Yambo , es un establecimiento que surge con el objetivo de disfrutar de un viaje en tren sin moverse, preparaciones inolvidables y tradicionales de las tres regiones, con la finalidad de mantener viva la riqueza gastronómica en un ambiente que de relevancia a las expresiones culturales dentro de comedores en forma de vagones, se plantea aprovechar la belleza paisajística e infraestructura con un establecimiento sustentable con el menor impacto ambiental posible al realizar sus actividades, considerando que otros establecimientos cercanos no cuentan con dichas características y temática. Para la determinación de la oferta y la demanda se usó la encuesta abordando factores socioeconómicos, se determina la competencia y preferencias gastronómicas para la elaboración del menú, mismo que consta con platillos explícitos, emblemáticos y exóticos. Así mismo, se realizó el estudio técnico del área para la institución del restaurante permitiendo establecer; la ingeniería del proyecto, distribución de planta por áreas adecuadas para consolidar la temática, descripción de los procesos en conjunto con la estructura administrativa, organizacional y de producción para el direccionamiento del proyecto. Con la evaluación de Impacto Ambiental se identificaron los niveles de impacto del proyecto con una contaminación mínima en el entorno siendo factible el estudio, aportando pautas para continuar desarrollando la actividad sin impactos negativos hacia el entorno, de igual forma el estudio financiero estableció un monto de inversión de \$ 55.790, la misma que alcanzará su punto de equilibrio en el tercer año, mostrando que el proyecto es factible en su totalidad.

Palabras clave: estudio, gastronomía, infraestructura, temático

ABSTRACT

The feasibility study of implementation a thematic restaurant of traditional gastronomy presented like an alternative for testing, that will be located in Salcedo city- Yambo sector. It is a place which emerged with an aim of enjoying a train trip without moving. Having unforgettable and traditional preparations from the three Ecuadorian regions in order to keep the gastronomic wealth alive in an environment which gives relevance to cultural expressions within dining rooms in shape of wagons taking advantage of the scenic beauty and infrastructure with a sustainable institution with the least environmental impact when carrying out its activities considering that other nearby establishments do not have these characteristics as well as themes. To determine supply and demand, a survey was used to address socioeconomic factors, determine the competition and gastronomic preferences for the preparation of the menu, which consists of explicit, emblematic and exotic dishes. Likewise, a technical study of the area for the restaurant institution was carried out, allowing to establish the engineering of the project, plant distribution by appropriate areas to consolidate the theme, description of the processes together with the administrative, organizational and production structure for the project management. The environmental impact assessment identified the levels of impact of the project with a minimum contamination in the environment, making the study feasible, providing guidelines to continue developing the activity without negative impacts on the environment. Likewise, the financial study established an investment amount of \$ 55,790, which will reach its break-even point in the third year, showing that the project is feasible in its entirety.

Key words: study, gastronomy, infrastructure, thematic.

Capítulo 1. Idea de Negocio

1.1. Determinación de la idea de negocio

En esta parte se describe el proceso para determinación de la idea de negocio más idónea, para el efecto se pone a consideración una matriz de valoración para establecer puntajes entre varias ideas provenientes de una lluvia de ideas, las cuales se someten a una valoración en escala de 1 a 5 sobre tres variables a considerar: Criterio económico, conocimiento del negocio y proximidad del mercado.

El criterio económico se relaciona con evaluar las implicaciones financieras de promover un negocio, incluyendo consideraciones como si el capital necesario para la inversión está dentro de las posibilidades del emprendedor para su gestión, si las proyecciones de ventas son lo suficientemente favorables como para generar liquidez en la empresa, si los proveedores son accesibles y si los gastos permiten mantener un margen de beneficio (Flores et al., 2023).

El conocimiento del negocio se relaciona con el grado de comprensión que el emprendedor tiene acerca de la empresa que está proponiendo. Cuanto mayor sea su nivel de conocimiento, mejor será su desempeño en las etapas de gestión y desarrollo del negocio (Yancapallo & Umiyauri, 2021). Por otro lado, la proximidad del mercado se refiere a la cercanía estratégica de los posibles consumidores, lo que podría facilitar el aumento de las ventas de los productos del negocio y, en consecuencia, su éxito económico. Cuanto más cercano esté el mercado y menos competencia exista, mayor será su valoración (Gillani et al., 2021).

Tabla 1.*Evaluación de idea de negocio*

Idea	Criterio económico (rango 1 - 5)	Conocimiento del negocio (rango 1 - 5)	Proximidad al mercado (rango 1 - 5)	Total
Chiva turística	4	3	4	11
Casa de campo - hospedaje	4	3	3	10
Cervecería artesanal	3	2	2	7
Asociación/operadora de turismo	4	3	4	11
Restaurante temático	5	4	3	12

Tabla 2.*Rangos de consideración*

Rangos a considerar
Muy difícil
Medianamente difícil
Indiferente
Medianamente fácil
Bastante fácil

1.2. El problema

1.2.1. Enunciación del problema

Los servicios de alimentación en las cercanías de la Laguna de Yambo son limitados. La zona que rodea la Laguna de Yambo, ubicada en el cantón Salcedo, cuenta con recursos propicios para el fomento del turismo, tales como miradores, montañas y una variedad de senderos que ofrecen atractivos naturales y culturales. La población local se dedica principalmente a la agricultura y la ganadería (Campaña & Roman, 2021). En este contexto, se plantea la creación de

un restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador, tomando en cuenta las características ya mencionadas del sector y con la intención de incentivar el desarrollo de emprendimientos en una zona donde hasta el momento existe una reducida oferta de servicios turísticos.

En la zona, se ha observado que la infraestructura turística es relativamente nueva, ya que en los últimos dos años se han inaugurado un mirador y una tarabita. Estos nuevos atractivos han facilitado la llegada de visitantes al lugar, puesto que, antes de su implementación, la zona tenía un número reducido de turistas.

La población local se dedica principalmente a actividades agrícolas y ganaderas, lo que significa que el turismo no es una fuente principal de ingresos para la comunidad. Por lo tanto, solo un grupo limitado de personas está interesado en la idea de desarrollar servicios turísticos en la zona. Además, la economía de los habitantes es modesta y se centra en satisfacer sus necesidades básicas, por lo que no ven una necesidad inmediata de invertir en el desarrollo turístico de la región de Yambo.

Otro factor importante es que el sector no ha recibido el respaldo necesario de entidades públicas y financieras para impulsar el turismo local. Esto ha resultado en una falta de inversión y, en última instancia, en una escasez de emprendimientos en la zona.

Dadas estas causas y efectos mencionados, la oferta de servicios de alimentación en los alrededores de la Laguna de Yambo es limitada. La implementación de este proyecto tiene como objetivo posicionar a la región de Yambo como un destino turístico importante que puede ser un motor para el desarrollo de otras actividades económicas. Esto incluiría la creación de alianzas estratégicas con emprendimientos y negocios locales para estimular una economía sostenible en la zona.

La no ejecución de este proyecto podría llevar a una falta de interés en la implementación de servicios de calidad para una creciente demanda turística durante todo el año, lo que podría resultar en un desaprovechamiento del atractivo natural de la zona de Yambo.

1.2.2 Planteamiento del problema

Mediante un árbol de problemas (Ver Anexo1) se establecen las causas y efectos que se encontrados, mismos que se detallan a continuación:

Actualmente, la zona no cuenta con infraestructura turística relativamente nueva e innovadora en cuanto al servicio de restauración se refiere, por esto el tránsito de visitantes al lugar se ha visto afectado, pues el número de turistas que llegan y consumen en el lugar es significativamente menor a relación de la totalidad de visitantes.

Por otro lado, a excepción de los establecimientos existentes, la zona cuenta con un reducido número de personas interesadas en el turismo, pues no es la prioridad del sector, la población local radica sus actividades económicas fuera de la prestación de este tipo de servicios, prefieren actividades como el comercio, agricultura y ganadería.

De esta forma, las actividades económicas mencionadas anteriormente son reducidas y solo cubren necesidades básicas, sin embargo, la población presenta conformidad con su economía y no ve la necesidad de invertir en actividades turísticas en el entorno de Yambo.

Así mismo, existe un escaso apoyo de parte de entidades públicas, privadas y financieras para la creación de nuevos establecimientos turísticos, los cuales se centren en el mejoramiento de la actividad turística en la zona de la Laguna de Yambo, desembocando en un disminuido número de emprendimientos en el sector.

Tras el análisis de las causas y efectos presentados se obtiene como problema los limitados

servicios de alimentación en los alrededores de la Laguna de Yambo, se pretende que, con la realización de este proyecto se solvante esta problemática y se dé paso a la existencia de nuevos establecimientos que presten servicios de alimentación en los alrededores de la Laguna de Yambo.

1.2.3 Objetivos

Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un restaurante temático que brinde servicios de alimentación con gastronomía tradicional del Ecuador en el sector Brisas de Yambo, parroquia Santa Lucia, cantón Salcedo.

Objetivos Específicos:

1. Establecer un modelo de negocio innovador y temático en el servicio de alimentación.
2. Identificar la oferta y la demanda mediante un estudio de mercado dentro del entorno de la competencia y las necesidades de los visitantes en el entorno de la laguna de Yambo.
3. Realizar un estudio técnico de la zona sobre la necesidad de alimentación mientras visita la Laguna de Yambo.
4. Diseñar un estudio administrativo que determine la organización del restaurante, establezca la temática y el menú.
5. Identificar los posibles efectos del proyecto mediante un método apropiado de la evaluación de impacto ambiental.
6. Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero para el restaurante.

1.2.4 Modelo de Negocio

Para definir el modelo de negocios que mejor se ajustaba a sus necesidades y a las del mercado turístico, se propuso utilizar la Metodología Canvas, desarrollada por Osterwalder & Pigneur (2010):

“Restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador en el sector de la Laguna de Yambo, Cantón Salcedo”				
<i>Asociaciones claves</i>	<i>Actividades claves</i>	<i>Propuestas de valor</i>	<i>Relaciones con clientes</i>	<i>Segmento de mercados</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores: Verduras, Carne, condimentos e insumos en general. • Centros de hospedaje cercanos. • Negocios Locales en el cantón Salcedo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de Comida con productos frescos. • Gestión de suministro y stocks. • Gestión de marketing. • Gestión de redes sociales. • Eventos. • Interpretación de las tradiciones orales de la Laguna de Yambo 	<p>Brindar un Servicios de calidad de Gastronomía Tradicional de las tres regiones del Ecuador, elaborados con productos fresco en un Ambiente acogedor y confortable, amigable con el Ambiente con la oportunidad de disfrutar del paisaje, de manera sostenible y ecológica en el sector de la “Laguna de Yambo”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad y Eficiencia en la atención. • Redes Sociales • Página Web • Espacios Temáticos con vista a la laguna de Yambo 	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos familiares. • Grupos de amigos. • Visitantes nacionales y extranjeros. • Que quieran disfrutar de la gastronomía tradicional en un establecimiento temático para el rescate y la difusión de las tradiciones orales del sector.
	<p>Recursos claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Activos fijos. • Personal. • Materia Prima. • Recetas. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con empresas dedicadas al turismo/afines y difusión publicitaria en su comunidad. • La zona de Yambo, parque lineal de Yambo • Redes Sociales: Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. • Internet: Sitio Web 	
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de construcción de las instalaciones • Adquisición de muebles y encerres. • Materia prima. • Costos de servicios básicos. • Sueldo Personal. 			<p>Fuentes de ingreso</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de Platos Típicos. • Venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. • Postres típicos/tradicionales de la zona. 	

Tabla 3.
Modelo de Negocio Canvas

1.2.5 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento

- **Asociaciones clave**

Las relaciones armónicas crean alianzas de alto interés mutuo para beneficio de las partes interesadas, en este caso las alianzas que se buscan son proveedores de materia prima necesaria para la preparación de los alimentos a ofertar en el restaurante, así mismo, los centros de hospedaje cercanos, y locales de las cercanías al sector de la Laguna de Yambo.

- **Actividades clave**

Se trata de las acciones fundamentales que se llevarán a cabo para desarrollar y mejorar la producción con el propósito de ofrecer gastronomía de alta calidad y productos frescos a los consumidores. Esto se logrará a través de una eficiente gestión de los productos e insumos, aplicando el modelo de gestión FIFO o PEPS en español (Primero Entrar, Primero Salir). Estos esfuerzos serán claramente evidentes en la estrategia de marketing, que se enfocará en una publicidad masiva para despertar un interés genuino en las expresiones culturales que se exhibirán en el establecimiento (Singh et al., 2020).

- **Recursos Claves**

Son elementos fundamentales para el funcionamiento en general y para contribuir de manera esencial al proyecto. Esto incluye los activos fijos indispensables para llevar a cabo las actividades, el personal altamente capacitado que garantizará la ejecución eficaz de las tareas sin generar costos adicionales innecesarios, y la utilización de materias primas de alta calidad para obtener productos finales adecuados.

- **Propuesta de Valor**

El establecimiento pondrá a disposición un servicio gastronómico tradicional de calidad

donde se podrá degustar preparaciones tradicionales de las regiones del Ecuador, en un lugar acogedor con espacios al aire libre, una temática innovadora y una vista panorámica hacia la laguna de Yambo.

- **Relaciones con el Cliente**

La relación con el cliente se caracterizará por el servicio de atención pre y post venta ofrecido, en conjunto con un seguimiento del cliente. El servicio pre venta inicia por medio de la visita que hace el cliente a la página web o a las redes sociales para conocer el tipo de servicio que se ofrece, luego de ello se ofrece un servicio de calidad al momento de ofrecer el servicio en el establecimiento mediante atención personalizada la cual sea eficiente y eficaz, posterior a ello empieza el servicio de atención post venta, el cual será mantener una comunicación con los clientes mediante la página web y redes sociales.

- **Canales**

Las alianzas estrategias permitirán una mayor exposición del establecimiento, así mismo los medios por los cuales se llegará a los clientes son las redes sociales y página web aprovechando la tecnología, de esta forma se realizará publicidad en las comunidades de aliados llegando a tener alcance local, nacional y hasta internacional según el caso.

- **Segmento de mercado**

El restaurante se enfocará en recibir y brindar servicio a grupos familiares o de amigos extranjeros y nacionales especialmente de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua que busquen un lugar innovador que ofrezca gastronomía tradicional del Ecuador y presente la historia y cultura del país de manera diferente, además se presenta como alternativa al público en general que busque un lugar acogedor.

- **Fuentes de Ingreso**

Las fuentes de ingreso se reflejan directamente de la venta de productos alimenticios, como son platos típicos y postres, además de la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas como complemento. se contará con diferentes métodos de pago los cuales serán principalmente el efectivo como el más frecuente y como alternativas se contará con las tarjetas de crédito y debido, al igual que transferencias móviles.

- **Estructura de Costos**

Se han identificado los costos más significativos asociados al establecimiento desde la fase de construcción hasta parte de su fase de operación. Estos costos incluyen la inversión en decoración, la adquisición de materias primas, los gastos de servicios básicos y los salarios del personal. Estos aspectos se consideran esenciales para el desarrollo y funcionamiento exitoso del restaurante.

Capítulo 2. Estudio de Mercado

2.1 Diseño de la investigación

En este proyecto, se emplea la investigación descriptiva y documental como enfoques primordiales para un adecuado direccionamiento.

a) Investigación descriptiva

La investigación adoptó un enfoque descriptivo ya que buscaba reflejar las condiciones actuales de la zona de estudio y su entorno. Siguiendo la perspectiva de Rojas (2015) este enfoque permitió llevar a cabo un análisis exhaustivo y detallado de la situación presente en la región de estudio. El objetivo principal es reconocer y comprender las características distintivas de la zona, abarcando aspectos como su geografía, demografía, economía y cultura, identificar oportunidades y desafíos, y diseñar estrategias adecuadas para su ejecución.

En este contexto, se otorgará una alta prioridad a las respuestas obtenidas de las personas encuestadas, ya que serán fundamentales para evaluar la viabilidad de la idea de establecer un restaurante temático que ofrezca gastronomía tradicional de Ecuador, tanto en productos como en servicios. Estos datos son de vital importancia para analizar la factibilidad del emprendimiento.

b) Investigación documental

Según Figueroa et al. (2020) el método de investigación documental se emplea comúnmente en investigaciones de carácter cualitativo. Este enfoque se caracteriza por implicar una aproximación indirecta a la realidad, basándose en fuentes secundarias. Este proceso de investigación implica acceder a información disponible en fuentes escritas o visuales, creadas por diversas personas, investigadores o instituciones con diversos propósitos.

Este método proporcionará información sobre la gastronomía tradicional de las diferentes regiones de Ecuador y datos significativos recopilados por expertos en el tema. Estos datos se respaldarán con fuentes bibliográficas confiables. Esta información será invaluable para la creación de productos únicos e innovadores utilizando la materia prima tradicional de las comunidades cercanas a la zona.

2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección

Para poder identificar el mercado meta del emprendimiento, a través del tamaño de la muestra calculada, se llevará a cabo una de las herramientas fundamentales para la obtención de los datos necesarios. Basándose en el emprendimiento y los objetivos que se plantearon, se utilizará la siguiente técnica de investigación:

- **Encuesta**

Según Hernández (2016) la encuesta por muestreo es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales. Se utiliza para recolectar información de personas respecto a características (estado civil, edad), opiniones, creencias, expectativas, conocimiento, conducta actual o conducta pasada.

Por lo general, las personas se sienten cómodas con el uso de la encuesta que es muy utilizada en diferentes investigaciones con enfoque cuantitativo o mixto, e inclusive como complemento en la investigación con enfoque cualitativo.

En este proyecto, se llevó a cabo encuestas dirigidas a las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua, con el fin de recopilar datos sobre su perfil y analizar la potencial

demanda del mercado.

El propósito principal de las encuestas fue evaluar la viabilidad y el potencial de mercado para la implementación de un restaurante temático. A través del análisis de los datos recopilados, se pudo obtener una comprensión más precisa de las necesidades y expectativas de los consumidores, así como identificar las oportunidades y desafíos relacionados con el desarrollo de esta nueva propuesta de restaurante. En este contexto, las encuestas se utilizaron como herramienta para recopilar información de un amplio grupo de personas con el fin de comprender mejor las opiniones y comportamientos de la población en su conjunto (Malegarie & Fernández, 2019).

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra

Dentro del ámbito de la estadística, el término población hace referencia al conjunto integral de elementos, individuos, objetos o eventos que se encuentran bajo escrutinio y para los cuales se busca generar conclusiones o inferencias. En esencia, constituye el conjunto total que se busca investigar y del cual se aspira a obtener información relevante (Pastor, 2019).

Por otro lado, una muestra se configura como una porción seleccionada de la población. En lugar de examinar o analizar a la población en su totalidad, se opta por tomar una muestra que sea representativa, con el propósito de realizar inferencias o generalizaciones válidas acerca de la población completa. La muestra constituye una fracción más reducida y manejable de la población, siendo elegida de forma metódica y empleando técnicas de muestreo adecuadas, con el fin de obtener resultados que reflejen fielmente a toda la población (Santarrone, 2022).

El presente estudio, se utilizó el método de muestreo probabilístico por estratificación, debido a que se adapta a las necesidades y prioridades del Proyecto, además este se centra en analizar a grupos específicos de la población lo que permite obtener resultados de manera rápida.

Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicará la fórmula de muestreo para la población finita, la razón de la aplicación de esta fórmula es que ya se conoce el universo o la también conocida población total.

El tamaño de la muestra se calculó en base a las cifras de la población económicamente activa, Para este cálculo se tomó en cuenta a las provincias Cotopaxi, provincia donde se realiza este estudio, además de Pichincha y Tungurahua por su cercanía y conexión vial directa a la ubicación del proyecto. siendo la población, según el Censo de Población y Vivienda (INEC, 2020) de las tres provincias: Cotopaxi 488.716 habitantes, Tungurahua 590.600 habitantes y Pichincha 3.228.233 habitantes, de estas cantidades se tomará en cuenta el rango de edad de 18 a los 60 años como habitantes económicamente activos, resultando las poblaciones de Cotopaxi de 18 a 60 años en 251.323 habitantes, Tungurahua de 18 a 60 años en 330.399 habitantes y Pichincha con el rango de rango de 18 a 60 años en 1.853.989 habitantes, teniendo un total de población de estudio de 2.435.711 habitantes.

Tabla 4.
Número de habitantes

Referentes	Habitantes
Cotopaxi	251.323
Tungurahua	330.399
Pichincha	1.853.989
Total	2.435.711

Para poder calcular el tamaño de muestra se utilizó la siguiente fórmula establecida:

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + 1.96^2 * p * q}$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * N - 1 + 1.96^2 * p * q}$$

Simbología:

n = muestra

N = población

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

Donde:

N = 2.435.711

p = 0,5

q = 0,5

z = 95% = 1.96

e = 5% = 0,05

$$n = \frac{1.96^2 * 0,5 * 0,5 * 2.435.711}{0,05^2 * 2.435.711 - 1 + 1.96^2 * 0,5 * 0,5}$$

Total = 385 encuestas

Con la aplicación de la fórmula se obtuvo una muestra cerrada de 385 encuestas las cuales son el medio de identificación de la población ante un nuevo emprendimiento dentro del sector de la Laguna de Yambo, permitiendo analizar los resultados obtenidos luego de la aplicación de las encuestas.

Tabla 5. Número de encuestas por provincia

Provincias	Población	N° de Encuestas	Porcentaje
Cotopaxi	251.323	40	10,32%
Tungurahua	330.399	52	13,56%
Pichincha	1.853.989	293	76,12%
Total	2.435.711	385	

2.1.3 Instrumentos de recolección

Cuestionario

Según (Casas, Repullo, & Donado, 2003) el cuestionario es un instrumento utilizado para recoger de manera organizada la información que permitirá dar cuenta de las variables que son de interés en cierto estudio, investigación, sondeo o encuesta.

El cuestionario se convirtió en una herramienta fundamental para obtener información relevante que permitió identificar elementos esenciales como producto, ubicación, precio y estrategias de promoción. Estos elementos resultaron cruciales para un estudio exitoso sobre la factibilidad de la implementación de un restaurante temático en la zona.

Se usó un cuestionario que abordó diversos aspectos, como las preferencias culinarias, las motivaciones para viajar, datos demográficos y pautas de gasto de los visitantes. Cada pregunta se diseñó con el propósito de crear un perfil completo del consumidor y recopilar datos precisos sobre

el mercado que podría estar interesado en la gastronomía tradicional del Ecuador en un restaurante temático. Estos datos serán fundamentales para determinar las características más relevantes, la aceptación de los productos y los costos asociados.

2.1.4 Segmentación del mercado consumidor (Perfil del turista)

En función de las encuestas, se logró identificar el perfil del mercado objetivo en este estudio. Antes de determinar dicho perfil, se llevó a cabo un proceso de análisis de variables utilizando la herramienta SPSS, con los datos recopilados a través de la plataforma Google Forms, que fue el medio utilizado para administrar las encuestas. Mediante el análisis de cruces de variables, se pudo identificar los datos más significativos y representativos que reflejaban las preferencias de consumo alimenticio en el establecimiento.

A continuación, se presentan la matriz a partir de los datos recolectado.

Tabla 6.
Segmentación de mercado

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador en el sector de la Laguna de Yambo, Cantón Salcedo			
<i>Segmentación Geográfica</i>			
Variable		Número	Porcentaje
País	Ecuador	17.510.643	100%
Región	Sierra	7.847.360	44,81%
Provincias	Tungurahua, Cotopaxi, Pichincha (Población económicamente activa)	2.435.711	13,91%
<i>1er Resultado: 2.435.711 personas económicamente activas de Tungurahua, Cotopaxi y Pichincha</i>			

Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC Proyecciones Poblacionales | (ecuadorencifras.gob.ec)

Variable		Número	Porcentaje
Género	Masculino y femenino	2.435.711	100%
Edad	21 a 35	1.064.523	43,7%
Estado Civil	Solteros y casados	927.518	87,13%
Ocupación	Estudiante y empleado público	523.398	56,43%
Ingresos	Menos de 200 USD y de 401 a 800USD	321.261	61,38%

2do Resultado: 321.261 hombres y mujeres en edades de 21 a 35 años de estado civil solteros y casados, siendo estudiantes con ingresos menores a 200 USD y trabajadores con ingresos entre 401 y 800 USD.

Segmentación Conductual

Variable		Número	Porcentaje
Estilo de vida	Viajeros por turismo	98.595	30,69%

Mercado meta: 98.595 hombres y mujeres que viven en las provincias de Tungurahua, Cotopaxi y Pichincha, en edades entre 21 a 35 años, solteros y casados, siendo estudiantes con ingresos menores a 200 USD y trabajadores con ingresos entre 401 a 800 USD, que viajan por turismo.

El diseño de la encuesta permitió almacenar una base de datos con la información de 385 individuos que conforman una parte de la población económicamente activa, se presenta el análisis de las preguntas más relevantes de la encuesta. De tal manera se pondrá en evidencia la aceptación del emprendimiento por parte de la población encuestada mediante un cruce de variables entre la pregunta general de la encuesta con las preguntas sociodemográficas, de las cuales se obtuvo información como la descrita a continuación.

La figura 1 muestra los resultados de la encuesta en relación al género de los participantes. Los datos revelan que un 36.63% de los encuestados son hombres, mientras que un 61.39% son mujeres, y un 1.98% se identifican como individuos del Grupo LGBT. Estos resultados indican una clara predominancia del género femenino en la muestra encuestada. Este hallazgo es relevante en el contexto del proyecto de un restaurante temático ya que sugiere que la clientela potencial podría estar sesgada hacia un público mayoritariamente femenino. Esto podría influir en la estrategia de marketing y en la oferta gastronómica del restaurante, considerando las preferencias y expectativas de este grupo demográfico.

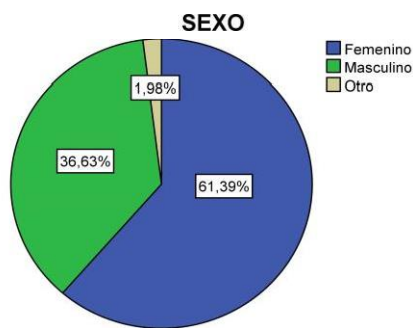


Figura 1. Sexo

La Figura 2 presenta un análisis de las edades de las personas que participaron en el estudio. Uno de los hallazgos clave es que el grupo de edad más representado en la muestra se encuentra en el rango de 26 a 35 años, abarcando aproximadamente el 29.70% de los encuestados. Esto indica que la mayoría de los participantes se encuentran en la etapa de adultos jóvenes, lo que podría tener implicaciones significativas en la estrategia de mercado y la oferta del restaurante temático.

La menor representación, que corresponde al 3.96%, se encuentra en las edades más

avanzadas. Esto podría indicar que, si el restaurante busca atraer a una audiencia diversa en términos de edades, podría ser necesario considerar estrategias específicas para atraer a personas de grupos de edad más avanzados. En conjunto, estos datos sugieren que el restaurante podría centrar sus esfuerzos promocionales y de diseño de menú en atraer a adultos jóvenes, teniendo en cuenta sus preferencias y tendencias en la gastronomía. Sin embargo, también es importante no descartar a otros grupos demográficos y considerar estrategias para atraer a personas de edades más avanzadas y así lograr una clientela diversa y exitosa en el sector de la Laguna de Yambo.

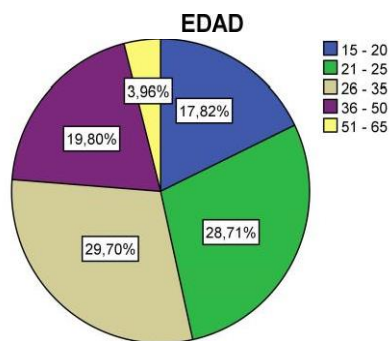


Figura 2. Edad

Por otro lado, en la Figura 3 presenta una visión de la distribución geográfica de los encuestados en cuanto a su lugar de residencia, lo que arroja información valiosa para el proyecto del restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador en el sector de la Laguna de Yambo, Cantón Salcedo.

Un hallazgo importante es que la mayoría de los encuestados, aproximadamente el 21.78%, residen en Salcedo. Esto sugiere que existe un interés y una base de clientes potenciales significativa en la localidad misma donde se planea establecer el restaurante. Esta información respalda la viabilidad del proyecto en términos de su ubicación.

Además, el 17.82% de los encuestados mencionaron residir en la ciudad de Quito, lo que indica un interés significativo desde la capital del país. Esto podría ser un indicativo de que el restaurante podría atraer a una clientela que viaje desde Quito para experimentar la gastronomía tradicional del Ecuador en un entorno temático.

Sin embargo, también es importante notar que el 19.80% de los encuestados indicaron "otras provincias no especificadas" como su lugar de residencia. Esto podría requerir una mayor investigación para comprender mejor las ubicaciones exactas y adaptar las estrategias de marketing en consecuencia.

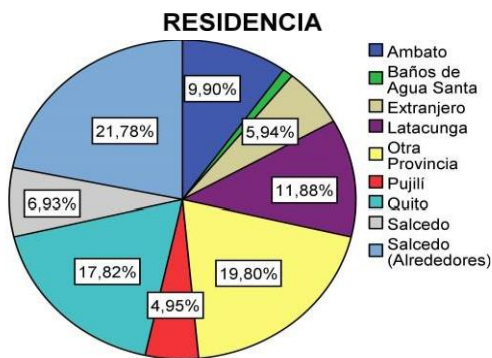


Figura 3. Lugar de residencia

Se observa en la Figura 4, el estado civil de los participantes en el estudio. El hecho de que el 61.39% de los encuestados se identifiquen como solteros sugiere un mercado potencialmente interesante para el restaurante, ya que los solteros suelen tener más flexibilidad en términos de salidas y pueden ser un público objetivo más activo en términos de consumo de alimentos fuera de casa. Por otro lado, el 25.74% de los encuestados que se encuentran casados también representan una parte significativa de la muestra. Estos individuos pueden estar interesados en visitar el restaurante tanto en ocasiones especiales como en salidas

regulares con su pareja o familia. La presencia de un 1.98% de viudos podría indicar un potencial de consumo entre este grupo demográfico, aunque su número es relativamente bajo en comparación con los solteros y casados.

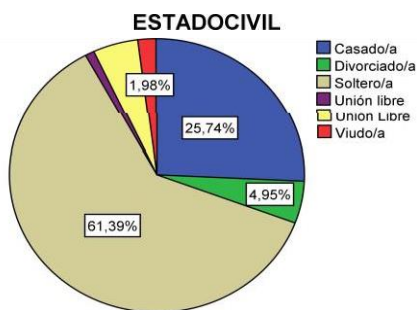


Figura 4. Estado civil

En relación a la Figura 5, se muestra el estado de ocupación de los individuos que participaron en el estudio. Los resultados señalan que el 32.67% de los encuestados son estudiantes, lo que sugiere que existe una población joven entre los participantes. Los estudiantes suelen estar en búsqueda de experiencias sociales y de ocio, lo que podría hacer que sean un grupo demográfico importante para el restaurante. Además, los estudiantes a menudo tienen horarios flexibles, lo que podría permitirles visitar el restaurante en diferentes momentos del día. El 23.76% de los encuestados que son empleados públicos también representan una parte considerable de la muestra. Este grupo podría ser un público objetivo importante para almuerzos o cenas durante la semana debido a su horario laboral regular. Los emprendedores, que constituyen el 15.84%, son otro segmento interesante, ya que pueden estar dispuestos a explorar nuevas opciones gastronómicas y también pueden ser influyentes en sus redes sociales y círculos profesionales.

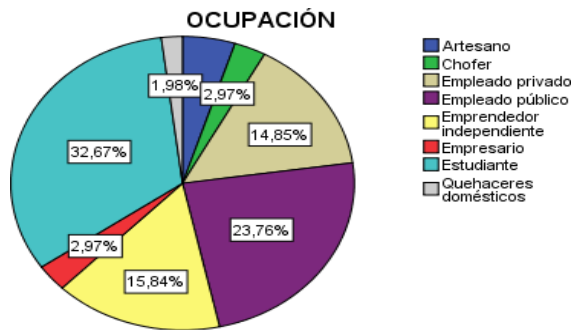


Figura 5. Ocupación

Según lo revelado en la Figura 6, se puede apreciar que el 30.69% de los encuestados tiene ingresos que oscilan entre 401 y 800 USD. Esto sugiere que un segmento importante de la población encuestada tiene una capacidad de gasto razonable, lo que podría ser beneficioso para el restaurante, ya que podrían estar dispuestos a gastar en experiencias gastronómicas. Otro 30.69% de los encuestados reporta ingresos inferiores a 200 USD. Esto indica que existe un grupo significativo con ingresos limitados. Sin embargo, esto no necesariamente excluye su interés en el restaurante, especialmente si el restaurante ofrece opciones asequibles y atractivas para este segmento de ingresos.

El 15.84% de los participantes tiene ingresos dentro del rango de 201-400 USD, este grupo podría representar un equilibrio entre capacidad de gasto y sensibilidad al precio, lo que podría ser un objetivo interesante para el restaurante.

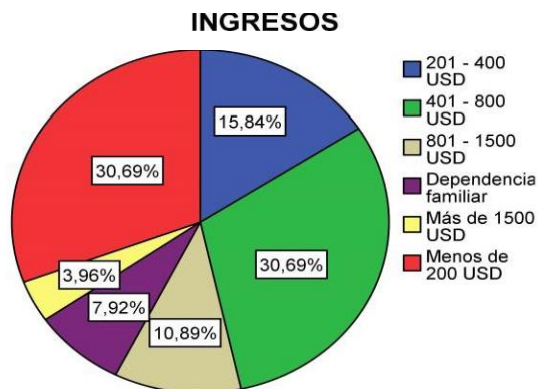


Figura 6. Ingresos

Perfil del turista

A continuación, se detallan los resultados a las encuestas del perfil del turista.

La Figura 7 presenta una visión general de las preferencias de consumo de los encuestados en orden descendente. Los resultados muestran que los lugares más mencionados por los participantes son los restaurantes de menú diario, seguidos de los restaurantes de comida rápida y, en tercer lugar, los restaurantes de comida tradicional.

Este análisis sugiere que, en general, los encuestados tienden a buscar opciones de comida que sean convenientes y accesibles en su vida diaria, como los restaurantes de menú diario y la comida rápida. Sin embargo, también se observa un interés significativo en los restaurantes de comida tradicional, lo que indica que hay una apreciación por la autenticidad y la experiencia gastronómica que ofrecen estos lugares. Esta información destaca la importancia de equilibrar la autenticidad y la accesibilidad en la oferta.

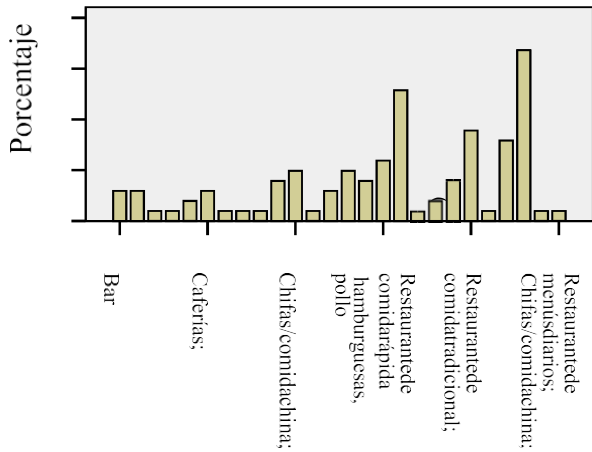


Figura 7. ¿En qué tipo de establecimiento de alimentos y bebidas consumió la última vez que lo hizo?

Los datos presentados en la Figura 8 revelan que un número significativo de encuestados tiende a visitar establecimientos de alimentos y bebidas con frecuencia, al menos dos o tres veces al mes. Esto indica una preferencia notable por consumir alimentos fuera de sus hogares en entornos rurales. Los encuestados muestran una disposición a participar en experiencias culinarias fuera de casa, lo que es una señal positiva para el éxito potencial del emprendimiento en este entorno específico.



Figura 8. ¿Durante el presente mes cuántas veces ha consumido productos de algún Restaurante en un entorno rural?

Según los datos presentados en la Figura 9, se destaca que la preferencia principal de los encuestados fue la comida tradicional, seguida de cerca por los platos a la carta. Aunque hubo un menor interés en la comida rápida en comparación con las otras opciones, es evidente una fuerte aceptación de la gastronomía tradicional ecuatoriana. Este análisis resalta la importancia de ofrecer una selección sólida de platos tradicionales en el restaurante temático, los comensales tienen una clara inclinación hacia los sabores auténticos y locales, lo que puede ser un punto fuerte para atraer y retener clientes. Además, la opción de platos a la carta también parece ser atractiva, lo que sugiere que proporcionar una variedad de opciones gastronómicas podría ser una estrategia efectiva para satisfacer las preferencias diversas de los comensales.

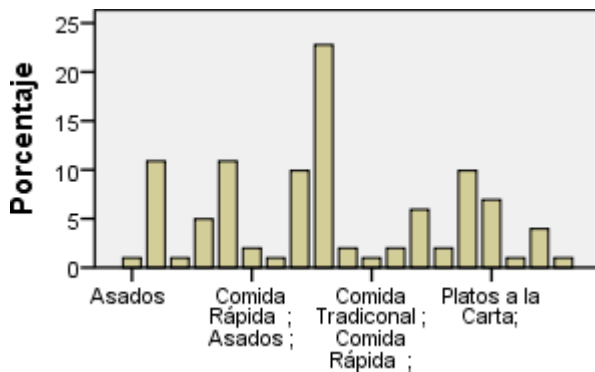


Figura 9. ¿Qué tipos de Platillos consumió la última vez que estuvo en un Restaurante?

Los resultados presentados en la Figura 10 resaltan que la gran mayoría de los encuestados manifestaron su disposición a visitar un restaurante temático que ofrezca comida tradicional. Solo un pequeño porcentaje expresó desacuerdo y no consideraría hacerlo.

Este hallazgo es altamente alentador para el restaurante temático de gastronomía tradicional del Ecuador en el sector de la Laguna de Yambo. Indica que existe un interés y una demanda potencialmente sólidos por parte de la población encuestada para este tipo de

experiencia gastronómica. Este nivel de aceptación puede ser un indicador positivo de la viabilidad y el éxito del emprendimiento en la zona, siempre y cuando se ofrezca autenticidad y calidad en la comida tradicional ecuatoriana.

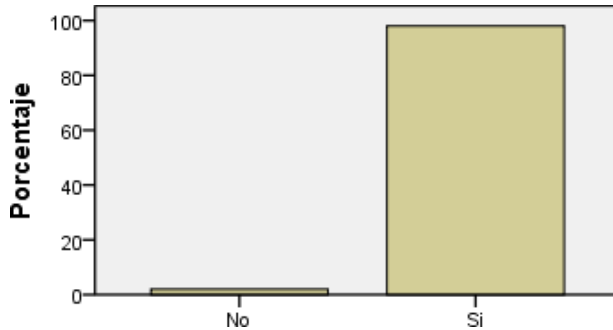


Figura 10. ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

La Figura 11 muestra que los encuestados muestran un mayor interés en consumir platos típicos de la sierra en un restaurante temático, seguidos por platos típicos de la costa en segundo lugar en términos de preferencia. Estos resultados destacan claramente el alto interés de la población encuestada en la comida tradicional de la sierra ecuatoriana, lo que respalda la propuesta del restaurante temático. Además, el significativo interés en los platos típicos de la costa sugiere una oportunidad para diversificar el menú y atraer a una audiencia aún más amplia y variada.

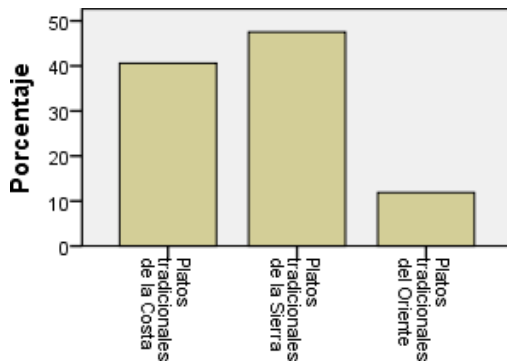


Figura 11. ¿De la comida tradicional ecuatoriana cuál de ellas le gustaría encontrar en un Restaurante Temático?

Los encuestados consideran que el precio adecuado a pagar por los platos tradicionales mencionados en la pregunta anterior varía según sus expectativas. La mayoría de ellos se muestra

dispuesta a pagar un precio que se sitúa en el rango de los 3.50 a 4 dólares. Es interesante destacar que el conocimiento de los consumidores en otros establecimientos de alimentos y bebidas influye en su percepción del valor, lo que significa que están dispuestos a pagar un precio educado, incluso si el restaurante se encuentra en una zona menos tradicional. Sin embargo, existe un grupo selecto de personas dispuestas a pagar hasta 7 dólares por estos platos, lo que indica que hay una demanda potencial para opciones premium dentro de este tipo de gastronomía (Ver figura 12).

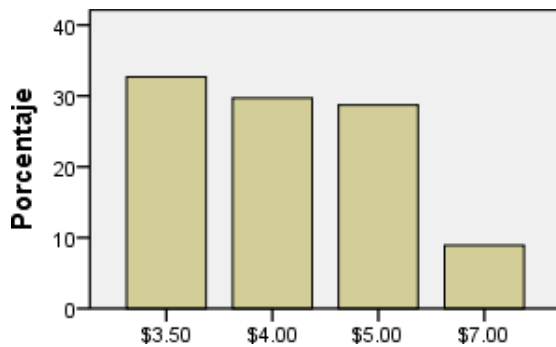


Figura 12. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por los platos tradicionales mencionados en la pregunta anterior?

A los encuestados les gustaría degustar una variedad de platos típicos de la gastronomía ecuatoriana, lo que incluye opciones representativas de las diferentes regiones del país. Entre los platos que han despertado un alto interés se encuentran, por ejemplo, aquellos emblemáticos de la Costa, la Sierra y la Amazonía. La diversidad de preferencias demuestra un amplio abanico de sabores y experiencias culinarias que los visitantes desean disfrutar en el restaurante temático (Figura 13).

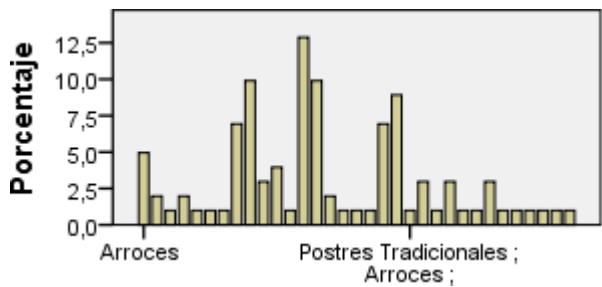


Figura 13. ¿Qué platos tradicionales consumiría en un restaurante temático?

En la figura 14, cuando los encuestados visitaron por última vez un restaurante, la mayoría lo hizo en compañía de su familia. Esta preferencia mayoritaria por la compañía familiar es un indicativo relevante para definir el grupo objetivo de consumidores, lo que permite adaptar los servicios y atención de manera acorde. Además, es importante destacar que las visitas en pareja también son comunes, lo que subraya la importancia de brindar experiencias adecuadas tanto para familias como para parejas en el restaurante.

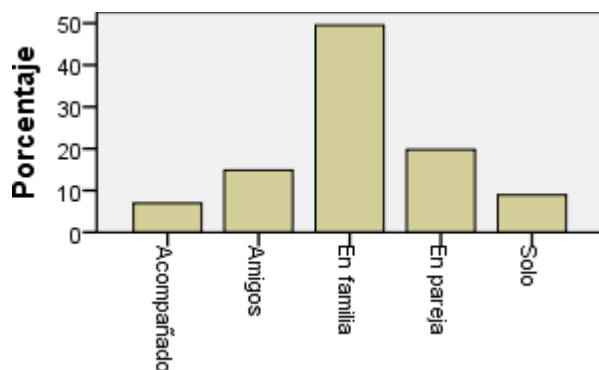


Figura 14. ¿Con quién visito un Restaurante la última vez que lo hizo?

Los encuestados resaltan la importancia de la calidad del producto y el servicio (Figura 15). En este contexto, la calidad se percibe como un factor clave que influye en la fidelidad del cliente. Además, se valora positivamente la presencia de valor agregado en la experiencia

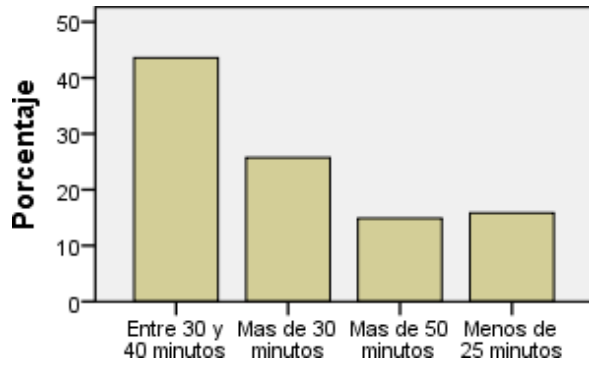


Figura 16. ¿Cuánto fue el tiempo de permanencia en un Restaurante la última vez visito uno?

En la figura 17, se puede observar que la respuesta más común fue un valor cercano al 50% para "muy interesante". Esto indica que los consumidores están buscando más que simplemente un lugar para comer. Están interesados en descubrir establecimientos que les ofrezcan nuevas experiencias y vivencias, lo que respalda la viabilidad y el atractivo potencial de implementar un restaurante temático basado en las expresiones orales de la Laguna de Yambo.

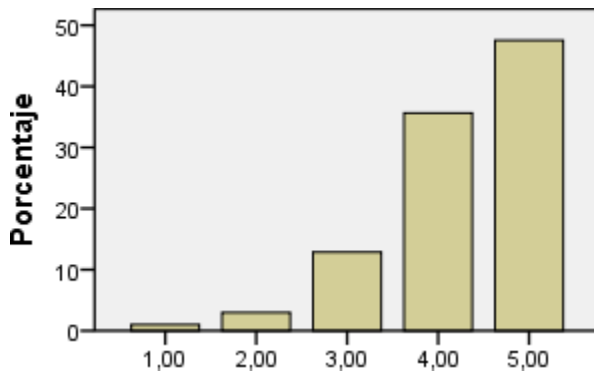


Figura 17. De un valor del 1 al 5 que tan Interesante le parece un restaurante temático que dé a conocer las expresiones Orales de la Laguna de Yambo, espacios con letras corpóreas y estatuas para fotografía, siendo 5 muy interesante, 4 interesante, 3 medio inter

El hecho de que la mayoría de las personas no conozcan leyendas, mitos o hechos paranormales relacionados con la Laguna de Yambo sugiere que existe un potencial interesante en

ofrecer una experiencia fuera de lo común (Figura 18). Ofrecer alimentos en un lugar que además proporcione información sobre las historias y leyendas vinculadas a la Laguna de Yambo podría ser una propuesta atractiva para los consumidores. Esto no solo les brindaría una experiencia culinaria, sino también una oportunidad de aprender y sumergirse en el misterio y la cultura de la región, lo que podría aumentar el atractivo del restaurante temático.

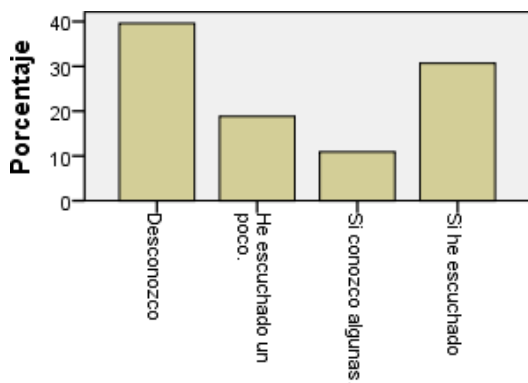


Figura 18. ¿Conoce usted Leyendas, Mitos o sobre hechos paranormales sobre la Laguna de Yambo?

La Figura 19 revela que la mayoría de los encuestados considera muy relevante y atractiva la idea de un restaurante donde se puedan dar a conocer mitos y leyendas relacionados con la Laguna de Yambo a través de diversos elementos como la decoración, cuadros con leyendas e imágenes, gastronomía, infraestructura y la narración de su historia. Este interés se debe en gran parte al carácter temático del restaurante, que busca promover y preservar las tradiciones orales de la Laguna de Yambo. Esta propuesta es especialmente llamativa dado que en la zona no se han evidenciado establecimientos con un diseño característico que refuerce aspectos tradicionales a través de la gastronomía local, lo que podría convertirse en un atractivo único para los visitantes y comensales.

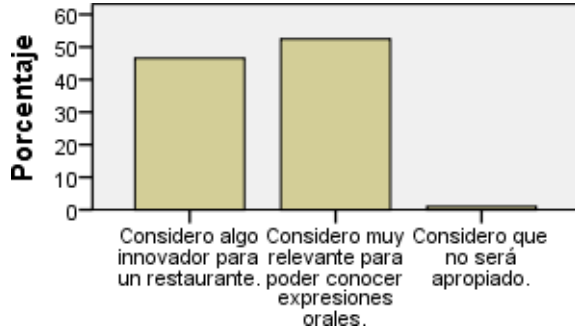
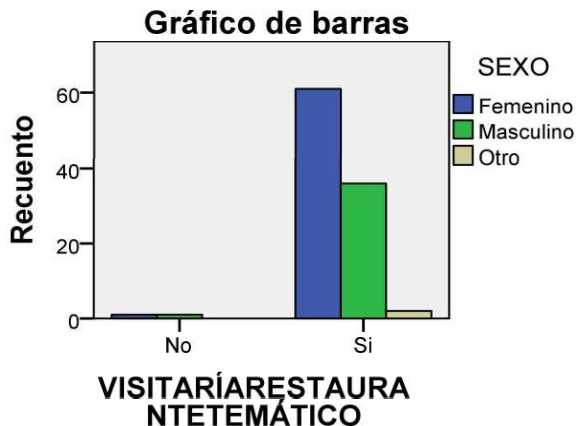


Figura 19. ¿Considera adecuado un Restaurante donde se pueda dar a conocer mitos/leyendas por medio de; decoración, cuadros con leyendas e imágenes, gastronomía, infraestructura, historia, ¿sobre la Laguna de Yambo?

Análisis y Discusión de Encuestas

En la Figura 20, se destaca un amplio margen de interés en visitar un restaurante temático, siendo el género femenino el más representativo, mostrando un fuerte deseo de conocer y visitar este tipo de establecimiento. Sin embargo, es importante señalar que un porcentaje significativo del género masculino también está de acuerdo en explorar un restaurante temático, lo que indica un interés considerable en ambos grupos de género por experimentar esta propuesta.

Figura 20. Cruce de variable entre Género y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?



En la Figura 21, se observa que el interés por visitar un restaurante temático que ofrezca comida tradicional es particularmente notable en el rango de edades comprendido entre los 15 y los 50 años. Los consumidores dentro de este grupo de edades muestran una disposición significativa a visitar el restaurante temático, posiblemente debido a que se encuentran en un rango de poder adquisitivo relevante y tienen un alto nivel de motivación para experimentar la temática propuesta por el restaurante. Esto sugiere que este rango demográfico puede ser un segmento clave para el éxito del restaurante temático.

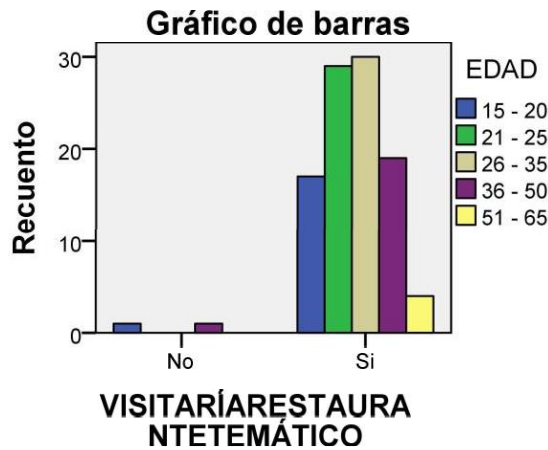


Figura 21. Cruce de variable entre Edad y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

En la Figura 22, al analizar el cruce de variables entre el lugar de residencia y la disposición a visitar un restaurante temático que ofrezca comida tradicional, se observa que las encuestas se han centrado en nueve ciudades principales ubicadas en las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua. Estas ciudades son limítrofes y se encuentran en las proximidades del sector de la Laguna de Yambo. Esta cercanía geográfica sugiere un mayor conocimiento y familiaridad con la zona, lo que puede explicar por qué los residentes de estas ciudades demuestran un interés significativo en la existencia y la importancia de un restaurante temático en la región. Este hallazgo respalda la viabilidad de un restaurante temático centrado en la comida tradicional y las leyendas

de la Laguna de Yambo en esta área geográfica.

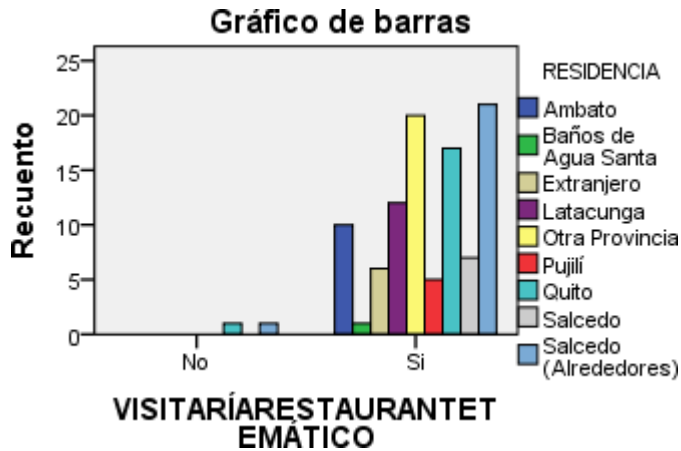


Figura 22. Cruce de variable entre Lugar de Residencia y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

En la figura 23, se observa que los encuestados que están solteros constituyen el grupo más significativo en términos de disposición a visitar un restaurante temático. Le siguen en importancia los consumidores casados. Esto sugiere que el enfoque del marketing podría dirigirse de manera efectiva a estos perfiles de consumidores, ya que son los que muestran un mayor interés en la propuesta de un restaurante temático que ofrece comida tradicional y leyendas de la Laguna de Yambo.

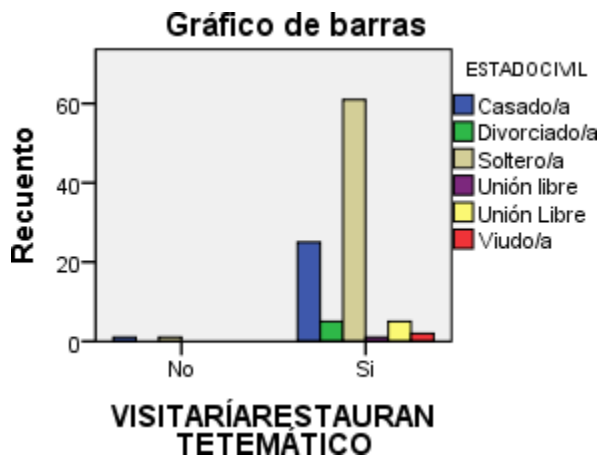


Figura 23. Cruce de variable entre Estado Civil y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

La Figura 24, que muestra el cruce de variables entre la ocupación y la disposición a visitar un restaurante temático que ofrezca comida tradicional, revela datos interesantes sobre la relación entre el estado laboral y el interés en disfrutar de un servicio de alimentación en un restaurante temático.

Se destaca que un porcentaje considerable de estudiantes expresan su interés en visitar este tipo de restaurante, lo que sugiere que son potenciales consumidores a futuro. También es notable que los empleados públicos demuestran un interés significativo en la experiencia, lo que indica que existe una demanda entre las ocupaciones laborales estables.

Este análisis refuerza la idea de que la ocupación no solo está relacionada con el poder adquisitivo, sino también con el interés en vivir una experiencia culinaria y temática, lo que puede ayudar a simplificar la adquisición de servicios de alimentación en el restaurante temático.

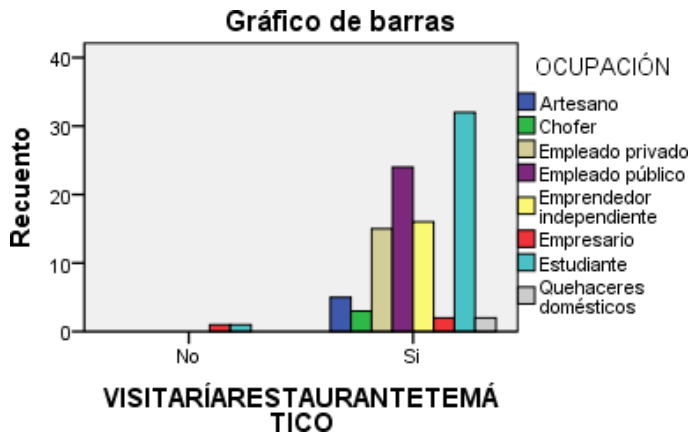


Figura 24. Cruce de variable entre Ocupación y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

La Figura 25, que cruza la variable de ingresos con la disposición a visitar un restaurante temático que ofrezca comida tradicional, muestra una tendencia interesante. Se observa que, independientemente del nivel de ingresos, existe un interés generalizado en vivir la experiencia de visitar este tipo de establecimientos. Esto sugiere que el nivel de ingresos no es un obstáculo significativo para los consumidores cuando se trata de disfrutar de una experiencia culinaria en un restaurante temático.

Esta relación demuestra que, dado que la comida es una necesidad fisiológica básica, el nivel de ingresos no suele ser un factor determinante para decidir visitar un restaurante temático. En lugar de ello, el interés se basa en otros factores, como la propuesta temática, la calidad de la comida y la experiencia en sí misma. Esto es alentador para la viabilidad del restaurante temático, ya que indica que puede atraer a una amplia gama de consumidores sin importar su nivel de ingresos.

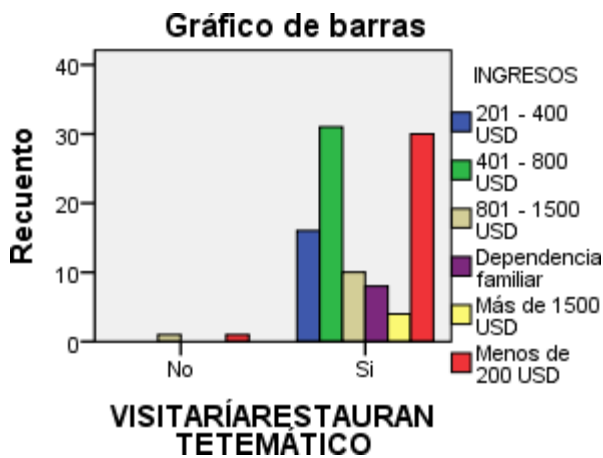


Figura 25. Cruce de variable entre Ingresos y ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

2.2 Análisis de la demanda

En el cálculo de la demanda potencial, se tomaron en cuenta estos factores: el mercado objetivo obtenido de la segmentación de mercados y el porcentaje de visitantes que mostraron preferencia por el producto en las encuestas realizadas. En la siguiente tabla se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 7.
Demanda potencial

Demanda potencial	
Población de las provincias de Tungurahua Cotopaxi y Pichincha	4.444.016
Nro. de consumidores de la DemandaPotencial	98.595

Análisis:

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta realizada a relación de la población tomada como muestra se puede determinar que el porcentaje de aceptación y preferencia para adquirir el servicio de restauración en un entorno temático de comida tradicional es del 30,69%, es decir 98.595 personas que optan por este tipo de establecimientos de alimentos y bebidas, por lo que se considera este valor como la la demanda potencial.

2.3 Análisis de la oferta

La oferta engloba a todos los emprendimientos que comercializan el producto que se planea desarrollar. Por lo tanto, estos representan la totalidad de la competencia potencial para el proyecto

actual. Es fundamental conocer tanto el número de competidores como su capacidad de venta, ya que esto refleja cómo están captando una parte del segmento de mercado. Además, comprender las características de los productos que ofrecen permite tomarlos como referencia para la innovación de nuevos productos o servicios en el nuevo emprendimiento. Esto puede generar expectativas en el segmento de mercado objetivo y diferenciar la propuesta de valor del proyecto.

En base a lo mencionado se determinó la siguiente lista de establecimientos de alimentos y bebidas que pueden ser considerados competidores:

Tabla 8.
Competidores

Nombre	Tipo	Ubicación	Capacidad	Especialización
Balcón de Yambo	Pub Restaurante	Laguna de Yambo	50 pax	Grill
Casa del taita Yambo	Restaurante	Laguna de Yambo	40 pax	Platos a la carta
Chelentano Grill & Pub Yambo	Restaurante	Laguna de Yambo	50 pax	Grill, comida rápida
Aventura Yambo Complejo Turístico	Restaurante	Laguna de Yambo	40 pax	Platos a la carta

Ramones Restaurant	Restaurante	Laguna de Yambo	60 pax	Platos a la carta
La Fogata Grill	Restaurante	Laguna de Yambo	30 pax	Grill
TOTAL			270 pax	
TOTAL AL MES			8.100 pax	

2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

La demanda insatisfecha se entiende como el número de personas que no tuvo acceso al servicio/producto, sin embargo, también pueden ser considerados aquellos que, si tuvieron acceso al servicio/producto, pero el producto no estuvo acorde con su expectativa (Sahukhal & Bajracharya, 2019). Para el cálculo de la demanda insatisfecha, se debe tener en consideración los resultados obtenidos de la demanda potencial y la cantidad de establecimientos del mismo tipo que ofertan el servicio/producto siendo estos la competencia.

En el primer año, la demanda potencial estimada para el proyecto de restaurante temático de comida tradicional fue de 98,595 personas. Al hacer un estudio de la oferta actual en la zona se conoce que, la competencia tiene a una capacidad de aforo de 8,100 personas mensualmente, sin embargo, considerando que los establecimientos no están ocupados en su totalidad durante la jornada de trabajo se tomará en cuenta el 50% de su aforo máximo teniendo en cuenta factores como el tiempo, siendo una hora el aproximado de permanencia de comensales y el número real de comensales observados a lo largo de la jornada laboral, resultado en un aforo real aproximado de 4.050 personas.

Para determinar la que la demanda insatisfecha para el primer año se tomó la demanda potencial menos la capacidad de atención de la competencia, es decir, 98.595 personas menos 8.100 personas dando como resultado de 90,495 personas como demanda insatisfecha.

Tabla 9.
Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Demanda potencial	Aforo mensual	Demanda insatisfecha
Año 1	98.595	8.100	90.495

De igual manera, se aplicó la misma operación tomando los datos obtenidos anteriormente del aforo real aproximado para el cálculo de la demanda insatisfecha real. Estas son las personas que desean este tipo de experiencia gastronómica pero no han encontrado opciones adecuadas en la competencia actual.

Tabla 10.
Proyección de la demanda insatisfecha real

Año	Demanda potencial	Aforo real aprox.	Demanda insatisfecha real
Año 1	98.595	4.050	95.545

2.5 Demanda objetiva

Para el mismo período, se consideró que el establecimiento tenga 72 comensales en base al cálculo de la capacidad de carga del área destinada únicamente a los comedores la cual cuenta con un total de 209.25 m². A continuación, se presenta la fórmula utilizada para calcular el aforo

para cada comedor:

$$E = \text{Area util para el servicio} / \text{Espacio por comensal}$$

$$E = 209.25 \text{ m}^2 / 1.5 \text{ m}^2$$

$$E = 140 \text{ personas aprox.}$$

A pesar de que cada comedor tiene capacidad de acoger hasta 140 personas, por motivos de espacio para circulación de visitantes y personal, y comodidad desde su diseño, se determina que se hará uso de quince mesas y sesenta asientos, adicionales tres mesas y doce asientos en la zona al aire libre, sumando un total de mesas a 18 y el de asientos a 72 en todo el establecimiento. De esta forma la capacidad anual del establecimiento asciende a 26.280 visitantes.

Tabla 11.

Proyección de la demanda objetiva

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva
Año 1	90.495	26.280

Igualmente se tomará en cuenta el 50% de este número como pretensión real de capacidad objetiva, siendo 13.140 el número de clientes a los que se aspira llegar a través del restaurante temático de comida tradicional en el primer año.

Tabla 12.

Proyección de la demanda objetiva real

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetiva real
Año 1	95.545	13.140

Capítulo 3. Estudio Técnico

3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.1.1 Identificación de la demanda

Los estudios realizados anteriormente determinan como demanda potencial un total de 98.550 personas. Para esta operación se tomó en consideración a los establecimientos que pueden ser competencia del proyecto, siendo 6 establecimientos competidores que en total tienen una capacidad de 8.100 clientes mensuales siendo esto el 8.22% de la demanda potencial, dejando de lado 90.495 personas como demanda insatisfecha lo cual representa el 91.78%.

3.1.2 Número de clientes proyectados

Teniendo en cuenta que el restaurante contará con aforo para 74 personas de forma sincrónica al día se obtiene como resultado 27.010 clientes anuales como proyección de visitantes hacia las instalaciones del restaurante propuesto en este estudio, es decir, los clientes proyectados llegan a ser el 29,85% de la demanda insatisfecha y 27,41% de la demanda potencial.

3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Generalmente, los visitantes que prefieren establecimientos de alimentos y bebidas del tipo tradicional tienen inclinación por platos tradicionales de la sierra en su mayoría, seguido de platos de la región costa y en menos medida de la región amazónica, todo esto acompañado en su mayoría postres de tipo tradicional ecuatoriano.

Es por ello por lo que se oferta comidas de las tres regiones del Ecuador, además de contar

con espacios para la distracción como letras corpóreas para fotografía, mirador hacia la laguna y senderismo.

3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

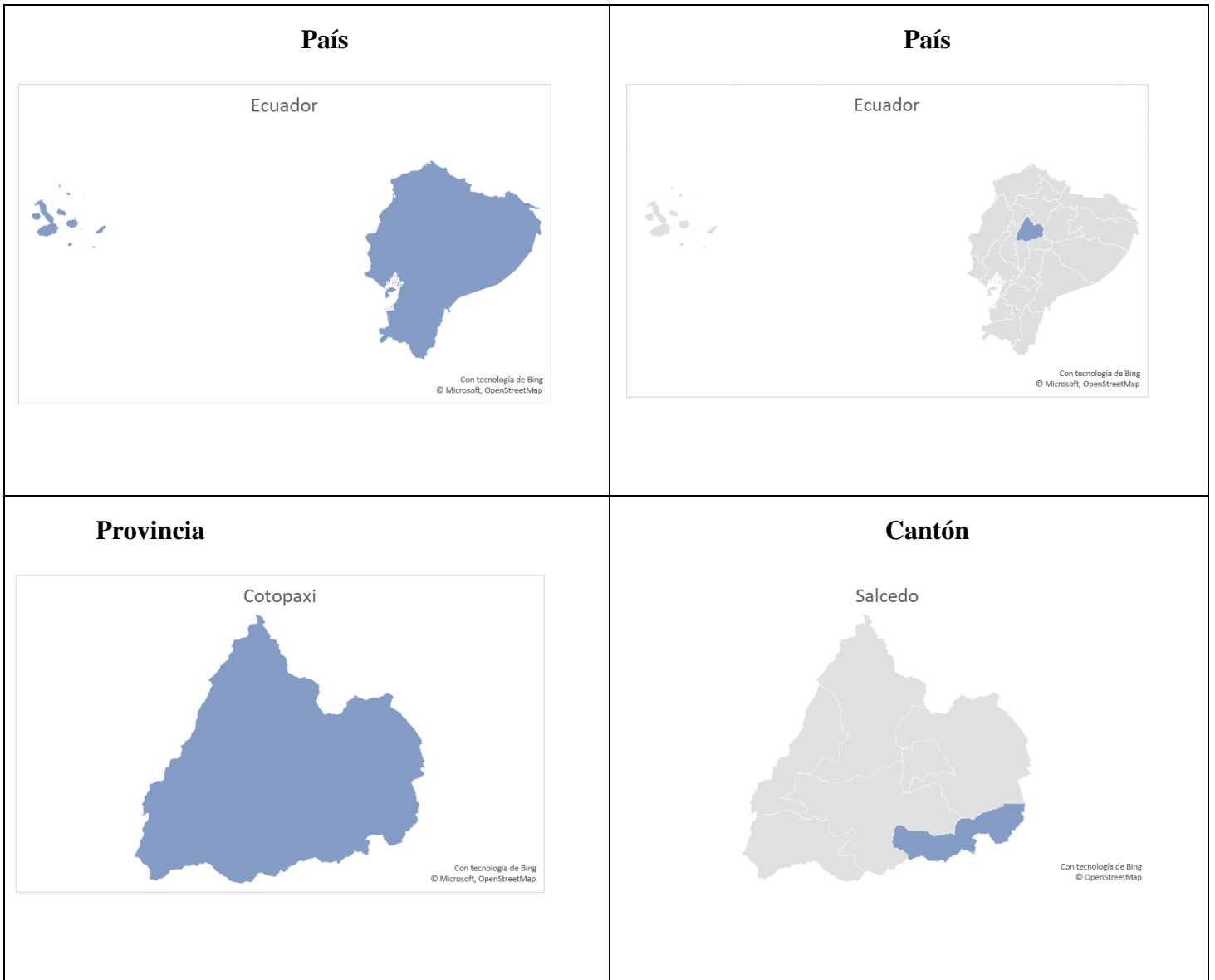
3.2.1 Macro localización:

El Ecuador se encuentra en una situación geográfica estratégica que obtiene beneficios a sus diferentes regiones GEO Ecuador (2008) menciona:

La cordillera de los Andes marca la geografía del país. Esta se divide en tres ramales las cordilleras Occidentales y Orientales que cruzan el territorio, desde el nudo de pasto al norte, hasta el nudo de Loja al sur y un tercer ramal más pequeño y fragmentado, la Cordillera Suboriental. Desde el punto de vista geográfico, el Ecuador está dividido en cuatro regiones naturales. (pag,22)

El restaurante aprovechara su ubicación geográfica ya que en el sitio se puede visualizar como ya mencionado una vista panorámica a la laguna de Yambo y tiene la vista hacia dos volcanes; volcán Cotopaxi y volcán mama Tungurahua.

Figura 26. Macro localizaciones



3.2.2 Micro localización

El restaurante temático “La Estación” se encontrará ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Salcedo en el sector de Yambo, en la panamericana sur km 35 a 200 metros del Parque Lineal de Yambo, y a 30m de la estación de servicios PetroEcuador en los cuales la afluencia de

visitantes por diversas razones hace que este lugar sea estratégico para brindar el servicio de alimentación y que al mismo tiempo den a conocer las tradiciones orales que tiene la laguna de Yambo.

Figura 27. Micro localizaciones



3.3 Identificación y descripción de los procesos

3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio

El nombre del restaurante "La Estación" refleja claramente la propuesta temática que ofrece. Este restaurante temático tiene como objetivo principal proporcionar una experiencia culinaria auténtica y representativa de las tres regiones del país: costa, sierra y oriente. Para lograrlo, se presentarán platos típicos de cada región, destacando sus ingredientes y su procedencia

geográfica en menús detallados. La idea es sumergir a los comensales en un viaje gastronómico que les permita explorar y apreciar la diversidad culinaria de Ecuador.

El restaurante ofrecerá un entorno único y acogedor. Contará con un área de mirador que brindará a los comensales la oportunidad de disfrutar de su comida al aire libre mientras disfrutan de impresionantes vistas hacia la laguna. Además, el restaurante contará con vagones temáticos con capacidad para albergar a grupos de hasta 20 personas, lo que proporcionará una experiencia gastronómica única y acogedora. También se dispondrá de un espacio para fogatas, que añadirá un toque especial a las noches en el restaurante.

Por último, para garantizar una experiencia cómoda y agradable, el restaurante contará con una cocina bien equipada para preparar los platos tradicionales con la más alta calidad y un área de baños que ofrecerá un gran servicio a los clientes.

Los productos para ofertar son variados y se agrupan de la siguiente manera, cada uno con su receta estándar y costos, donde se puede observar el nombre de la preparación. Estas recetas fueron calculadas para la cantidad de 4 pax por temas de ejercicio técnico el valor a la venta de (PVP teórico) se usó valores cerrados para clasificarlos de acuerdo a categorías y generar un valor intermedio para el estudio económico.:

Platos tradicionales de la Región:

Costa

La gastronomía ecuatoriana es una deliciosa combinación en los frutos del mar y tierra (mariscos, pescados y vegetales), ha permitido desarrollar deliciosas preparaciones que podríamos mencionar que viene de una tradición culinaria de generación en generación logrando posicionar preparaciones que destacan mismas que se ofrecerán en el establecimiento como son:

Ceviche. - preparación fría de la región de la costa caracterizado por ser picante y ácido a base de pescado y otros mariscos crudos, maridados con limón, vegetales y hierbas para potencializar su sabor se lo sirve en su mayoría como plato frío.

Tabla 13. Receta ceviche

Nombre Del Plato: Ceviche De Camarón				Código:	2
				# Pax Yiel :	4
Fecha: 16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
33,61	Camarones	Gr	1000,00	0,0070	\$7,00
16,81	Cebolla Paiteña	Gr	500,00	0,0025	\$1,25
0,84	Cilantro	Gr	25,00	0,0003	\$0,01
3,36	Zumo De Limón	Ml	100,00	0,0010	\$0,10
1,68	Zumo De Naranja	Ml	50,00	0,0005	\$0,03
33,61	Tomate	Gr	1000,00	0,0030	\$3,00
1,68	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,68	Pimienta	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
3,36	Mostaza	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
3,36	Salsa De Tomate	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
100,00			2975,00		
Costo Total Alimentos					\$11,63
Costo Por Pax					\$2,91
% Respaldo					\$0,15
Costo Por Porción					\$3,05
Beneficio Bruto				\$0,67	
PVP Porción Sin IVA					\$8,72
Iva				0,12	\$1,05
PVP Teórico					\$9,77
Factor Multiplicador				\$3,00	
Margen Bruto De Ganancia				\$5,82	
Food Cost				35,00	

Tigrillo. - platillo popular que se los sirve en los desayunos y partes del día como un aperitivo consiste en un revuelto de plátano con maní, huevo queso y chicharon, dando como resultado un platillo de color café claro y pintas negras casi se asemeja a la piel del animal silvestre de igual nombre.

Tabla 14. Receta tigrillo

Nombre Del Plato: Tigrillo				Código:	6
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
24,64	Plátano Verde	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
4,93	Cebolla Paitaña	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,93	Cebolla Blanca	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,93	Mantequilla	MI	100,00	0,0005	\$0,05
2,46	Sal	MI	50,00	0,0005	\$0,03
2,46	Ajo	Gr	50,00	0,0010	\$0,05
2,46	Pimienta	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
0,20	Huevos	U	4,00	0,0006	\$0,00
1,23	Cilantro	Gr	25,00	0,0003	\$0,01
24,64	Queso	Gr	500,00	0,0025	\$1,25
22,18	Leche	MI	450,00	0,0005	\$0,23
4,93	Chicharrones	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
100,00			2029,00		
Costo Total Alimentos					\$2,43
Costo Por Pax					\$0,61
% Respaldo					\$0,03
Costo Por Porción					\$0,64
Beneficio Bruto				\$0,67	
PVP Porción Sin IVA					\$1,83
Iva				0,12	\$0,22
PVP Teórico					\$2,04
Factor Multiplicador				\$3,00	
Margen Bruto De Ganancia				\$1,22	
Food Cost				35,00	

Encebollado. - preparación estrella de la gastronomía que ha llegado a todos los rincones del país y fuera de él, consiste en caldo de pescado (albacora o atún), yuca, cebolla colorada y demás condimentos principal ají en polvo, se lo degusta acompañado de chifles, tostado, canguil, arroz incluso pan.

Tabla 15. Receta encebollado

Nombre Del Plato: Encebollado				Código:	6
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
22,22	Albacora	Gr	500,00	0,0045	\$2,25
22,22	Tomate De Riñón	Gr	500,00	0,0025	\$1,25
11,11	Cebolla Paiteña	Gr	250,00	0,0025	\$0,63
4,44	Ají En Polvo	MI	100,00	0,0005	\$0,05
2,22	Apio	MI	50,00	0,0003	\$0,01
2,22	Ajo	Gr	50,00	0,0010	\$0,05
2,22	Pimiento	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
2,22	Cilantro	U	50,00	0,0003	\$0,01
4,44	Limón Sutil	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
22,22	Yuca	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
4,44	Aceite	MI	100,00	0,0025	\$0,25
100,00			2250,00		
				Costo Total Alimentos	\$5,13
				Costo Por Pax	\$1,28
				% Respaldo	\$0,06
				Costo Por Porción	\$1,35
				Beneficio Bruto	\$0,67
				PVP Porción Sin IVA	\$3,84
				Iva	\$0,46
				PVP Teórico	\$4,31
				Factor Multiplicador	\$3,00

Margen Bruto De Ganancia	\$2,56
Food Cost	35,00

Caldo de Salchicha. – en la jerga local conocido como “caldo de maguera” preparación realizada con tripas de cerdo(embutido) y otras especies el éxito de esta preparación radica en la condimentación y servido acompañada con maduro cocinado.

Tabla 16. Receta caldo de salchicha

Nombre Del Plato: Caldo De Salchicha				Código:	3
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
18,02	Plátano Verde	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
18,02	Menudo De Cerdo	Gr	500,00	0,0030	\$1,50
0,00	Tripas De Cerdo				
3,60	Sangre De Cerdo	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
36,04	Arroz	Gr	1000,00	0,0010	\$1,00
1,80	Achiote	Gr	50,00	0,0015	\$0,08
3,60	Col Verde	Gr	100,00	0,0005	\$0,05
9,01	Cebolla Paiteña	Gr	250,00	0,0020	\$0,50
3,60	Pimiento Verde	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
1,80	Pasta De Ajo	Gr	50,00	0,0010	
1,80	Orégano/Cilantro/Hierba Buena	Gr	50,00	0,0005	
2,70	Sal/Pimienta/Comino	Gr	75,00	0,0015	\$0,11
100,00			2775,00		
				Costo Total Alimentos	\$3,94
				Costo Por Pax	\$0,98
				% Respaldo	\$0,05
				Costo Por Porción	\$1,03
				Beneficio Bruto	\$0,67

PVP Porción Sin IVA		\$2,95
Iva	0,12	\$0,35
PVP Teórico		\$3,31
Factor Multiplicador	\$3,00	
Margen Bruto De Ganancia	\$1,97	
Food Cost	35,00	

Seco de Chivo. - en la gastronomía ecuatoriana "seco" se lo encaja en las preparaciones de arroz y estofado de carne que varía, el seco de chivo popular en los ecuatorianos se lo sirve acompañado de arroz, papas y ensalada fría, el chivo es preparado a fuego lento con especias y verduras y cerveza.

Tabla 17. Receta seco de chivo

Nombre Del Plato: Seco De Chivo				Código:	4
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
31,01	Carne De Chivo	Gr	1000,00	0,0070	\$7,00
31,01	Arroz	Gr	1000,00	0,0010	\$1,00
15,50	Plátano Maduro	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
3,10	Ajo	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
1,55	Comino	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
0,00	Chicha				
1,55	Aceite	Gr	50,00	0,0025	\$0,13
3,10	Cebolla Paitaña	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
1,55	Pimiento Verde	Gr	50,00	0,0010	\$0,05
3,10	Tomate	Gr	100,00	0,0020	\$0,20
0,78	Cilantro	Gr	25,00	0,0003	\$0,01
3,10	Zumo De Naranja	Gr	100,00	0,0020	\$0,20
3,10	Panela	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
1,55	Pimienta Dulce	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
100,00			3225,00		
				Costo Total Alimentos	\$9,43

Costo Por Pax		\$2,36
% Respaldo		\$0,12
Costo Por Porción		\$2,48
Beneficio Bruto	\$0,67	
PVP Porción Sin IVA		\$7,07
Iva	0,12	\$0,85
PVP Teórico		\$7,92
Factor Multiplicador	\$3,00	
Margen Bruto De Ganancia	\$4,72	
Food Cost	35,00	

Sango. - tradicional de la costa ecuatoriana por su preparación única con plátano verde rallado, achiote, maní, cocinados conjuntamente con mariscos (pescado, camarón), cronistas españoles ya conocieron esta preparación como "sangu" potaje espeso que fue cambiando su preparación por el sincretismo español, se lo sirve con arroz y limón.

Tabla 18. Receta sango

Nombre Del Plato: Sango De Verde				Código:	8
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
19,42	Plátano Verde	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
19,42	Camarones	Gr	500,00	0,0035	\$1,75
19,42	Pasta De Maní	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
1,94	Achiote	MI	50,00	0,0015	\$0,08
3,88	Cebolla Paiteña	MI	100,00	0,0010	\$0,10
3,88	Tomate De Riñón	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
3,88	Pasto De Ajo	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
1,94	Pimiento	U	50,00	0,0010	\$0,05
1,94	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,94	Limón	Gr	50,00	0,0010	\$0,05
1,94	Comino	MI	50,00	0,0005	\$0,03
0,97	Cilantro		25,00	0,0003	\$0,01

19,42	Arroz	Gr	500,00	0,0005	\$0,25
100,00			2575,00		
			Costo Total Alimentos		\$3,53
			Costo Por Pax		\$0,88
			% Respaldo		\$0,04
			Costo Por Porción		\$0,93
			Beneficio Bruto	\$0,67	
			PVP Porción Sin IVA		\$2,65
			Iva	0,12	\$0,32
			PVP Teórico		\$2,97
			Factor Multiplicador	\$3,00	
			Margen Bruto De Ganancia	\$1,77	
			Food Cost	35,00	

Sierra

La región de la sierra ecuatoriana posee una rica variedad gastronómica y única que todas sus preparaciones se las realiza con productos autóctonos y en fechas socio culturales relevantes con motivo familiar, esta gastronomía tiene un sincretismo con la cocina española, pero los principales productos que resaltan en sus preparaciones son carnes de diferentes tipos, el maíz, papas y granos como; frejol, haba entre otros.

Cuy Asado. - Roedor de granja que se lo encuentra en la cordillera andina por lo que se lo conoce como platillo ancestral de la cocina ecuatoriana, la preparación según su geografía, pero la receta respectiva es el cuy asado abobado con comino, ajo y sal, servido con papas salsa y ensalada fría.

Tabla 19. Receta cuy asado

Nombre Del Plato: Cuy Asado				Código:	7
Fecha:16/08/2023				# Pax Yiel :	4
				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
33,90	Cuy	Gr	1000,00	0,0070	\$7,00
1,69	Achiote	Gr	50,00	0,0015	\$0,08
1,69	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,69	Pimienta	MI	50,00	0,0005	\$0,03
1,69	Orégano	MI	50,00	0,0005	\$0,03
3,39	Ajo	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
16,95	Papa Chola	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
3,39	Cebolla Larga	U	100,00	0,0010	\$0,10
1,69	Comino	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,69	Hierba Buena Seca	Gr	50,00	0,0003	\$0,01
15,25	Leche	MI	450,00	0,0005	
16,95	Carbón	Gr	500,00	0,0015	\$0,75
100,00			2950,00		
				Costo Total Alimentos	\$8,64
				Costo Por Pax	\$2,16
				% Respaldo	\$0,11
				Costo Por Porción	\$2,27
				Beneficio Bruto	\$0,67
				PVP Porción Sin IVA	\$6,48
				Iva	\$0,78
				PVP Teórico	\$7,26
				Factor Multiplicador	\$3,00
				Margen Bruto De Ganancia	\$4,32
				Food Cost	35,00

Mote Pillo. - platillo popular del sur de la sierra ecuatoriana, fruto del mestizaje por su elaboración con grasa de cerdo, mote achiote y huevos formando una masa unificada,

complementada con cebolla verde picada y pequeñas cantidades de queso que se lo acompaña de bebidas calientes.

Tabla 20. Receta mote pillo

Nombre Del Plato: Mote Pillo				Código:	5
Fecha: 16/08/2023				# Pax Yiel :	4
				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
45,89	Mote	Gr	1000,00	0,0020	\$2,00
1,15	Achiote	Gr	25,00	0,0015	\$0,04
4,59	Cebolla Blanca	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
41,30	Leche	MI	900,00	0,0010	\$0,90
0,18	Huevos	U	4,00	0,0006	\$0,00
2,29	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
2,29	Pimienta	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
2,29	Perejil	Gr	50,00	0,0003	\$0,01
100,00			2179,00		
				Costo Total Alimentos	\$3,10
				Costo Por Pax	\$0,78
				% Respaldo	\$0,04
				Costo Por Porción	\$0,81
				Beneficio Bruto	\$0,67
				PVP Porción Sin IVA	\$2,33
				Iva	\$0,28
				PVP Teórico	\$2,61
				Factor Multiplicador	\$3,00
				Margen Bruto De Ganancia	\$1,55
				Food Cost	35,00

Yahuarlocro. - De origen kichwa “yawar” significa sangre y “locro” sopa plato típico de la sierra, trata de una elaboración de una sopa que tiene como ingredientes: papas, panza de

res, librillo e hígado de borrego, servido con aguacate y cebolla roja, y sangre de la propia res.

Tabla 21. Receta yahuarlocro

Nombre Del Plato: Yahuarlocro				Código:	9
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
42,94	Papa Chola	Gr	1000,00	0,0020	\$2,00
4,29	Cebolla Blanca	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
2,15	Achiote	Gr	50,00	0,0015	\$0,08
19,32	Leche	MI	450,00	0,0005	\$0,23
4,29	Sangre De Oveja	MI	100,00	0,0005	\$0,05
1,07	Cilantro	Gr	25,00	0,0003	\$0,01
1,07	Paico	Gr	25,00	0,0003	\$0,01
2,15	Mantequilla	U	50,00	0,0005	\$0,03
10,73	Crema De Leche	Gr	250,00	0,0025	\$0,63
0,09	Aguacate	U	2,00	0,0010	\$0,00
3,22	Sal/ Pimienta/ Comino	Gr	75,00	0,0015	\$0,11
4,29	Tomate De Riñón	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,29	Cebolla Paitaña	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
0,09	Limón	U	2,00	0,0005	\$0,00
100,00			2329,00		
Costo Total Alimentos					\$3,43
Costo Por Pax					\$0,86
% Respaldo					\$0,04
Costo Por Porción					\$0,90
Beneficio Bruto				\$0,67	
PVP Porción Sin IVA					\$2,57
Iva				0,12	\$0,31
PVP Teórico					\$2,88
Factor Multiplicador				\$3,00	

Margen Bruto De Ganancia	\$1,71
Food Cost	35,00

Hornado. - Plato popular ecuatoriana, norte a sur su presentación y elaboración no tiene mucha diferencia ya que es un cerdo horneado por un largo periodo de tiempo, que se los sirve con pure de papa, mote, maduro frito y curtido de cebolla y tomate.

Tabla 22. Receta hornado

Nombre Del Plato: Hornado				Código:	1
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
22,86	Carne De Cerdo	Gr	1000,00	0,0050	\$5,00
2,29	Cerveza	MI	100,00	0,0015	\$0,15
1,14	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,14	Pimienta	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,14	Comino	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,14	Ajo	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,14	Achiote	Gr	50,00	0,0010	\$0,05
	Para La Tortilla				
22,86	Papa Chola	Gr	1000,00	0,0020	\$2,00
5,71	Cebolla Blanca	Gr	250,00	0,0010	\$0,25
1,14	Sal	Gr	50,00		
	Achiote		C/N		
	Para El Encurtido				
5,71	Tomate De Riñón	Gr	250,00	0,0025	\$0,63
4,57	Cebolla Paiteña	Gr	200,00	0,0020	\$0,40
1,14	Limón	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
1,14	Sal	Gr	50,00		
1,14	Aceite Vegetal	Gr	50,00	0,0025	\$0,13
0,57	Cilantro	Gr	25,00	0,0003	\$0,01

Para La Guarnición					
22,86	Mote Amarillo	Gr	1000,00	0,0020	\$2,00
2,29	Lechuga	Gr	100,00	0,0005	\$0,05
100,00			4375,00		
Costo Total Alimentos					\$10,78
Costo Por Pax					\$2,70
% Respaldo					\$0,13
Costo Por Porción					\$2,83
Beneficio Bruto				\$0,67	
PVP Porción Sin IVA					\$8,09
Iva				0,12	\$0,97
PVP Teórico					\$9,06
Factor Multiplicador				\$3,00	
Margen Bruto De Ganancia				\$5,39	
Food Cost				35,00	

Oriente Ecuatoriano

Ancas de Rana. - considerado como una preparación exótica dentro comida ecuatoriana ya que es exclusiva del Oriente ecuatoriano, su preparación varia y se utiliza la parte trasera de la rana puede ser asadas, fritas, rebosada y apanadas, se la sirve acompaña de yuca y ensalada fría.

Tabla 23. Receta ancas de rana

Nombre Del Plato: Ancas De Rana				Código:	10
				# Pax Yiel :	4
Fecha:16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
41,67	Ancas De Rana	Gr	1000,00	0,0150	\$15,00

20,83	Yuca	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
20,83	Plátano Verde	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
4,17	Tomate De Riñón	MI	100,00	0,0010	\$0,10
4,17	Cebolla Paiteña	MI	100,00	0,0010	\$0,10
2,08	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
2,08	Pimienta	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
4,17	Limón	U	100,00	0,0010	\$0,10
100,00			2400,00		
			Costo Total Alimentos		\$16,35
			Costo Por Pax		\$4,09
			% Respaldo		\$0,20
			Costo Por Porción		\$4,29
			Beneficio Bruto	\$0,67	
			PVP Porción Sin IVA		\$12,26
			Iva	0,12	\$1,47
			PVP Teórico		\$13,73
			Factor Multiplicador	\$3,00	
			Margen Bruto De Ganancia	\$8,18	
			Food Cost	35,00	

Maito. - del Kichwa "maito" que hace referencia un envuelto, preparación tradicional con hoja de bijao o plátano en el cual se utiliza la tilapia y especias y verduras y plátano verde estos son envueltos conjuntamente y preparados a la brasa conocido en todo el Oriente.

Tabla 24. Receta maito

Nombre Del Plato: Maito				Código:	11
				# Pax Yiel :	4
Fecha: 16/08/2023				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
50,00	Tilapia	Gr	1000,00	0,0050	\$5,00

5,00	Cebolla Paitaña	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
5,00	Pimiento	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
5,00	Tomate De Riñón	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
2,50	Sal	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
2,50	Pimienta	Gr	50,00	0,0005	\$0,03
5,00	Limón	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
25,00	Hoja De Bijao O Achira	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
100,00			2000,00		
Costo Total Alimentos					\$5,95
Costo Por Pax					\$1,49
% Respaldo					\$0,07
Costo Por Porción					\$1,56
Beneficio Bruto				\$0,67	
PVP Porción Sin IVA					\$4,46
Iva				0,12	\$0,54
PVP Teórico					\$5,00
Factor Multiplicador				\$3,00	
Margen Bruto De Ganancia				\$2,98	
Food Cost				35,00	

Ayampaco. - Preparación típica de la comunidad shuar también es un envuelto en hoja de bijao con la diferencia, este contiene masa de yuca cocinada y filetes de pescado y de presentación más consistente.

Tabla 25. Receta ayampaco

Nombre Del Plato: Ayampaco				Código:	12
Fecha:16/08/2023				# Pax Yiel :	4
				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
40,00	Pollo	Gr	1000,00	0,0050	\$5,00
20,00	Yuca Rallada	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
4,00	Cebolla Blanca	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,00	Cebolla Paiteña	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
2,00	Cilantro	Gr	50,00	0,0003	\$0,01
4,00	Ajo	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,00	Aliño	Gr	100,00	0,0025	\$0,25
2,00	Achiote	Gr	50,00	0,0015	\$0,08
20,00	Hojas De Bijao	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
100,00			2500,00		
				Costo Total Alimentos	\$6,64
				Costo Por Pax	\$1,66
				% Respaldo	\$0,08
				Costo Por Porción	\$1,74
				Beneficio Bruto	\$0,67
				PVP Porción Sin IVA	\$4,98
				Iva	0,12 \$0,60
				PVP Teórico	\$5,58
				Factor Multiplicador	\$3,00
				Margen Bruto De Ganancia	\$3,32
				Food Cost	35,00

Pincho de Chontacuro. - Proveniente del kichwa “chontacuros” significa gusanos de la chonta, larvas de una especie de escarabajo que solo se puede extraer de la planta de chonta de ahí su nombre, su consumo se los hace de manera directa sin ninguna preparación y a la brasa en pinchos acompañados de yuca o maduro y ensalada.

Tabla 26. Receta pincho de chontacuro

Nombre Del Plato: Pincho De Chontacuro				Código:	13
Fecha: 16/08/2023				# Pax Yiel :	4
				Clasificación	Plato Fuerte
%	Ingrediente	Unidad	Cantidad	Costo U	Costo Total
49,38	Chontacuro	Gr	1000,00	0,0070	\$7,00
24,69	Yuca	Gr	500,00	0,0010	\$0,50
4,94	Tomate De Riñón	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,94	Cebolla Paitaña	MI	100,00	0,0010	\$0,10
1,23	Cilantro	MI	25,00	0,0003	\$0,01
4,94	Ajo	Gr	100,00	0,0010	\$0,10
4,94	Aliño	Gr	100,00	0,0025	\$0,25
4,94	Pinchos De Madera	U	100,00	0,0010	\$0,10
100,00			2025,00		
				Costo Total Alimentos	\$8,16
				Costo Por Pax	\$2,04
				% Respaldo	\$0,10
				Costo Por Porción	\$2,14
				Beneficio Bruto	\$0,67
				PVP Porción Sin IVA	\$6,12
				Iva	\$0,73
				PVP Teórico	\$6,85
				Factor Multiplicador	\$3,00
				Margen Bruto De Ganancia	\$4,08
				Food Cost	35,00

A través de estas recetas se pudo calcular el costo de la receta y el valor de venta al público (PVP) tomando en cuenta el precio sugerido a partir de las encuestas realizadas y al precio manejado generalmente para este tipo de platos. La relación costo beneficio se explica en la siguiente tabla:

Tabla 27. Costo-beneficio por producto

Plato	Costo de inversión	% Inversión	PVP teórico	Precio establecido	% Ganancia
Ceviche	\$2,91	58,2 %	\$9,77	\$5,00	41,8 %
Tigrillo	\$0,61	15,25 %	\$2,04	\$4,00	84,75 %
Encebollado	\$1,28	32 %	\$4,31	\$4,00	68 %
Caldo de Salchicha	\$0,98	24,5 %	\$3,31	\$4,00	75,5 %
Seco de Chivo	\$2,48	49,6 %	\$7,92	\$5,00	50,4 %
Sango	\$0,88	17,6 %	\$2,97	\$5,00	82,4 %
Cuy asado	\$2,16	14,4 %	\$7,26	\$15,00	85,6 %
Mote pillo	\$0,78	19,15 %	\$2,61	\$4,00	80,85 %
Yahuarlocro	\$0,86	15,64 %	\$2,88	\$5,50	84,36 %
Hornado	\$2,70	60 %	\$9,06	\$4,50	40 %
Ancas de rana	\$4,09	58,43 %	\$13,73	\$7,00	41,57 %
Maito	\$1,49	24,83 %	\$5,00	\$6,00	75,17 %
Ayampaco	\$1,66	27,67 %	\$5,58	\$6,00	72,33 %
Pincho de chontacuro	\$2,04	45,33 %	\$6,85	\$4,50	54,67 %
	Promedio inversión	31,26 %		Promedio ganancia	66,95 %

En general, como se ve en la tabla se ha mantenido un costo de inversión promedio de 31,26 % y un promedio de ganancia de 66,95 %. El costo por producto, dependiendo el caso, da

como resultado final una relación costo-beneficio de 1-3, de esta manera se cumple la meta sugerida por los expertos en cuanto al margen de inversión y ganancia se refiere.

Bebidas/Postres de la Casa

Bebidas frías

- Guayusa
- Horchata
- Chicha
- Rosero

Bebidas Calientes

- Colada Morada
- Morocho
- Champús
- Café
- Infusiones

Postres

- Helado de Paila
- Espumilla
- Dulce de Higo

- Manjar de leche
- Queso con miel
- Humas
- Quimbolitos
- Empanadas

Dentro de la determinación del precio de venta PVP que será utilizado se consideró la información obtenida por medio de las encuestas junto al gasto promedio que los encuestados tiene cuando visitan un restaurante de comida tradicional. De igual manera, el precio de cada plato fue establecido en base al precio manejado por la competencia por platos similares además de la realización de recetas estándar para cada plato.

A continuación, se presenta la oferta gastronómicas elaborada por cada región.

Tabla 28. Menú Ruta Costera



Menú Ruta Costera

Producto	Ingredientes	Fotografía	Precio
Ceviche	<ul style="list-style-type: none"> • Camarones • Cebolla Paiteña • Cilantro • Zumo de Limón • Zumo de Naranja • Tomate • Sal • Pimienta • Mostaza • Salsa de tomate 		5 \$
Tigrillo	<ul style="list-style-type: none"> • Plátano Verde • Cebolla Paiteña • Cebolla Blanca • Mantequilla • Sal • Ajo • Pimienta • Huevos • Cilantro • Queso • Leche • Chicharrones 		4 \$

<p>Encebollado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Albacora • Tomate de riñón • Cebolla paitaña • Ají en polvo • Apio • Ajo • Pimiento • Cilantro • Limón sutil • Yuca • Aceite 		<p>4\$</p>
<p>Caldo de Salchicha</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plátano Verde • Menudo de cerdo • Tripas de cerdo • Sangre de cerdo • Arroz • Achiote • Col verde • Cebolla Paitaña • Pimiento verde • Pasta de ajo • Orégano/cilantro/Hierba buena • Sal/Pimienta/comino 		<p>4\$</p>



<p>Seco de chivo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Carne de chivo • Arroz • Plátano maduro • Ajo • Comino • Chicha • Aceite • Cebolla Paitaña • Pimiento Verde • Tomate • Cilantro • Zumo de naranjilla • Panela • Pimienta dulce 		<p>5\$</p>
<p>Sango</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plátano Verde • Camarones • Pasta de maní • Achiote • Cebolla paitaña • Tomate de riñón • Pasto de ajo • Pimiento • Sal • Limón • Comino • Cilantro • Arroz 		<p>5\$</p>

Tabla 29. Menú Ruta Mote y Papita

Menú Ruta Mote y Papita

Producto	Ingredientes	Fotografía	Precio
Cuy Asado	<ul style="list-style-type: none"> • Cuy • Achiote • Sal • Pimienta • Orégano • Ajo • Papa chola • Cebolla Larga • Comino • Hierba Buena Seca • Leche • Carbón 		15\$
Mote pillo	<ul style="list-style-type: none"> • Mote • Achiote • Cebolla Blanca • Leche • Huevos • Sal • Pimienta • Perejil 		4\$


Yahuarlocro	<ul style="list-style-type: none"> • Papa chola • Cebolla Blanca • Achiote • Leche • Sangre de Oveja • Cilantro • Paico • Mantequilla • Crema de leche • Aguacate • Sal/ pimiento/ comino • Tomate de riñón • Cebolla Paiteña • Limón 		<p>5,50\$</p>
Hornado	<ul style="list-style-type: none"> • Carne de cerdo • Cerveza • Sal • Pimienta • Comino • Ajo • Achiote • Para la tortilla • papa chola • Cebolla Blanca • Sal • Achiote 		<p>4,50\$</p>

Tabla 30. Menú Ruta al Oriente a Trabajar

Menú Ruta al Oriente a Trabajar



Producto	Ingredientes	Fotografía	Precio
<p>Ancas de Rana</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ancas de rana • Yuca • Plátano verde • Tomate de riñón • Cebolla paiteña • Sal • Pimienta • Limón 		<p>7\$</p>
<p>Maito</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tilapia • Cebolla Paiteña • Pimiento • Tomate de riñón • Sal • Pimienta • Limón • Hoja de Bijao o achira 		<p>6\$</p>

Ayampaco	<ul style="list-style-type: none"> • Pollo • Yuca Rallada • Cebolla Blanca • Cebolla Paiteña • Cilantro • Ajo • Aliño • Achiote • Hojas de Bijao 		6\$
Pincho de Chontacuro	<ul style="list-style-type: none"> • Chontacuro • Yuca • Tomate de riñón • Cebolla paiteña • Cilantro • Ajo • Aliño • Pinchos de madera 		4,50\$


Así como la diversidad gastronómica tradicional del Ecuador es amplia y deliciosa también se dispone de bebidas y postres provenientes del sincretismo culinario de españoles e indígenas los cuales ofrecen una variedad de deliciosos e irresistibles.

Tabla 31. Bebidas Frías

Bebidas Frías

Producto	Descripción	Fotografía	Precio
<p>➤ Guayusa</p>	<p>Bebida preparada por medio de infusión con la hoja de la plata de Guayusa propia de la amazonia, considerara bebida estimulante y antioxidantes, servida fría o caliente con sumo de limón.</p>		<p>3\$</p>
<p>➤ Horchata</p>	<p>Propia del sur de la sierra, contiene hierbas medicinales y aromáticas con un color rojizo y se lo puede consumir frio o caliente</p>		<p>3\$</p>


<p>➤ Chicha</p>	<p>Bebida tradicional del Ecuador fermentada elaborada con maíz/yuca/arroz, combinada con especias y frutas.</p>		<p>3\$</p>
<p>➤ Rosero</p>	<p>Bebida de " corpus " servida en momentos especiales de elaboración compleja con frutos tropicales, maíz y especias.</p>		<p>3\$</p>

<p>➤ Batidos</p>	<p>Licuados de frutas de temporada o de agua o leche, se pondrá a disposición una variedad de frutas disponible.</p>		
-------------------------	--	--	--


Nota: Las bebidas serán servidas en jarras de 1,5L y hielo de ser necesario y las cantidades que el cliente solicite variando en precio.

Tabla 32. Bebidas Calientes

Bebidas Calientes

Producto	Descripción	Fotografía	Precio
<p>➤ Colada Morada</p>	<p>Bebida típica del Ecuador en homenaje a los difuntos preparada con harina de maíz negro, hierbas aromáticas y frutos.</p>		<p>3\$</p>

<p>➤ Morocho</p>	<p>Preparada con Maíz molido (Morocho) con leche y canela y acompañado con papas para resaltar el sabor con una pisca de canela es la bebida tradicional consumida en la mañana por su contenido vitamínico.</p>		<p>3\$</p>
<p>➤ Champús</p>	<p>Bebida incaica elaborada con harina de maíz, panela, y frutas nativas de la sierra agregando especias para resaltar el sabor y aroma.</p>		<p>3\$</p>
<p>➤ Café Pasado</p>	<p>Técnica de extracción del café tostado por medio de la chuspa (filtro de tela) con agua hervida, denota un sabor más concentrado y de suave aroma para degustar.</p>		<p>1,50\$</p>


<p>➤ Infusiones</p>	<p>bebida caliente que se elaboran con hiervas aromáticas y dulces al olfato como es: manzanilla, hierba luisa, cedrón, toronjil, etc.</p>		<p>1,50\$</p>
----------------------------	--	--	---------------

Nota: Estas bebidas se podrán servir en jaras o tazas acorde a la necesidad del cliente por ende en precio variaría.

Tabla 33. Postres

Postres

Producto	Descripción	Fotografía	Precio
<p>Helado de Paila</p>	<p>Preparado de forma artesanal con pulpa de fruta totalmente orgánico.</p>		<p>1,50\$</p>

<p>Espumilla</p>	<p>Dulce tradicional elaborado con huevo y pulpa de guayaba en punto de nieve se sirve acompañada con jarabe de coco hojuelas.</p>		<p>1,50\$</p>
<p>Dulce de Higo</p>	<p>Delicioso postre ecuatoriano preparado con higo en forma de conserva con dulce de panela, servido con queso para un delicioso contraste.</p>		<p>1,50\$</p>
<p>Manjar de leche</p>	<p>Dulce postre elaborado a base de reducción leche a fuego lento con azúcar morena y mantequilla y esencia de vainilla. Acompañado con bizcochos de Cayambe.</p>		<p>1,50\$</p>

<p>Humita</p>	<p>Elaborado a base masa de maíz no muy maduro con yemas de huevo mantequilla cebolla, queso, polvo de hornear, harina de maíz y envuelto en la misma hoja que cubre el maíz tenemos este delicioso aperitivo.</p>		<p>1,50\$</p>
<p>Quimbolitos</p>	<p>Preparación de masa dulce envuelto con hoja de achira lama mucho la atención con su olor dulce, masa suelta y con harina, polvo de hornear, leche jugo de naranja, mantequilla y esencia de vainilla y como detalles pasas para darle ese dulce olor.</p>		<p>1,50\$</p>
<p>Empanadas de verde.</p>	<p>Propias de la costa ecuatoriana se preparada con masa de plata verde pueden ser rellenas con queso, carne o mariscos.</p>		<p>1,50\$</p>

<p>Corviche</p>	<p>Mezcla entre masa de plátano verde y maní molido, de forma ovalada es rellena con refrito de pescado, camarones, atún o queso.</p>		<p>1,50\$</p>
------------------------	---	--	---------------

Nota: El manjar de leche se servirá acompañado de bizcochos cayambeños, mientras que las humitas, quimbolitos, empanada y corviche tendrán la bebida de café ilimitado.

Tabla 34. Bebidas Rápidas

Menú bebidas rápidas

Producto	Descripción	Fotografía	Precio
Gaseosa	Bebidas gaseosas personales y familiares de distintas corporaciones.		Familiar 5\$ Personal 1\$
Aguas	Embotelladas de presentación de gas y sin gas.		1,50\$

Nota: La oferta de bebidas embotelladas será limitada ya que tratamos de evitar el impacto contaminante del plástico.

Menu de platos principales

Figura 28. Menú Ruta Costera

LA ESTACION LA ESTACION

Comida Tradicional de la Costa

RUTA COSTERA

CEVICHE 5\$
Camaron, Camaron, Pescado, Mixto

TIGRILLO 4\$
Incluye bebida (Fria o Caliente)

ENCEBOLLADO 4\$
Canguil, Chifle, Arroz

CALDO DE SALCHICHA 4\$
Porción de Arroz

SECO DE CHIVO 5\$
Aguacate, Maduro Frito

SANGO 5\$
Res, Pescado, Camarón, Mixto

Vagón Costero lo Mejor en Mariscos!

SECTOR BRISAS DE YAMBO, E 35, SALCEDO, COTOPAXI

Figura 29. Menú Al Oriente a Trabajar

LA ESTACION LA ESTACION

Comida Tradicional de la Amazonía

MENÚ

AL ORIENTE A TRABAJAR

ANCAS DE RANA 7\$
Tres Ancas de Rana; Fritas, Apanadas, Asadas; Patacones, Ensalada, Arroz

MAITO 6\$
Tilapia/Pollo, Patacon y Arroz

AYAMPACO 6\$
Tilapia, Ensalada

PINCHO DE CHONTACURO 4,50\$
6 Chontacuros, Ensalada, Patacon, Arroz

Vagón del sabor Amazónico!

SECTOR BRISAS DE YAMBO, E 35, SALCEDO, COTOPAXI

Figura 30. Menú Mote y Papita



Para promocionar la variedad de alimentos de las regiones se presenta tres ofertas para los grupos que quieran integrarse o realizar degustaciones tradicionales como es la; pambamesa con productos del Oriente Ecuatoriano, Pachamanca, preparación ancestral cosinada en el suelo con productos de los andes ecuatorianos, y por ultimo la “bandeja “ conocida asi tradicionalmente por la variedad de mariscos presentados en ella.

Figura 31. Menú Especial Pambamesa



Fuente: Elaboración propia

Se presenta una pambamesa o mesa comunitaria la cual ofrece maitos de tilapia, acompañado de yuca cocinada y maduro o plátano verde en una mesa cubierta con hojas de plátano y la deliciosa chicha de chonta o guayusa, bebidas autóctonas en ese caso la bebida será ilimitada precio varía según el número de pax.

Figura 32. Menú Especial Pachamanca



Fuente: Elaboración propia

La pachamanca es una técnica de cocción tradicional que se desarrolla con motivo especial de agradecimiento a la madre tierra la cual se realiza con respeto agradeciendo a la cosecha, esta se realiza en una excavación directa en la tierra, donde en la parte del fondo se ubican piedras volcánicas previamente calentadas; contiene carnes de cerdo, pollo o cuy, granos como papas, camote, choclo, haba y ocas. Al ser una elaboración compleja se manejará previa reservación y días domingos en los cuales las familias se reúnen y mínimo requerimiento es de 8 pax y el precio varía según los productos seleccionadas.

Figura 33. Menú Especial Vagón Costero



Fuente: Elaboración propia.

Variedad de los mariscos: arroz marinero, pescado entero, filete, camarón, calamar, langosta, cangrejo y patacones productos propios de la costa ecuatoriana en presentación voluminosa adicional porción de ensalada y bebida fría, con el fin de atraer cliente y al ser una preparación con menos dificultad los días lunes y martes se realizará el descuento del 20% acorde al precio que se establecerá y dependiendo mucho de los productos disponibles.

Menú de bebidas/Postres

Menú de bebidas tanto frías y calientes que se servirán en jarras y personales acorde a la necesidad del cliente.

Figura 34. Menú de bebidas frías



Fuente: Elaboración propia

Figura 35. Menú de bebidas calientes



Fuente: Elaboración propia

Figura 36. Menú de postres y más



Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio

Proceso de servicio

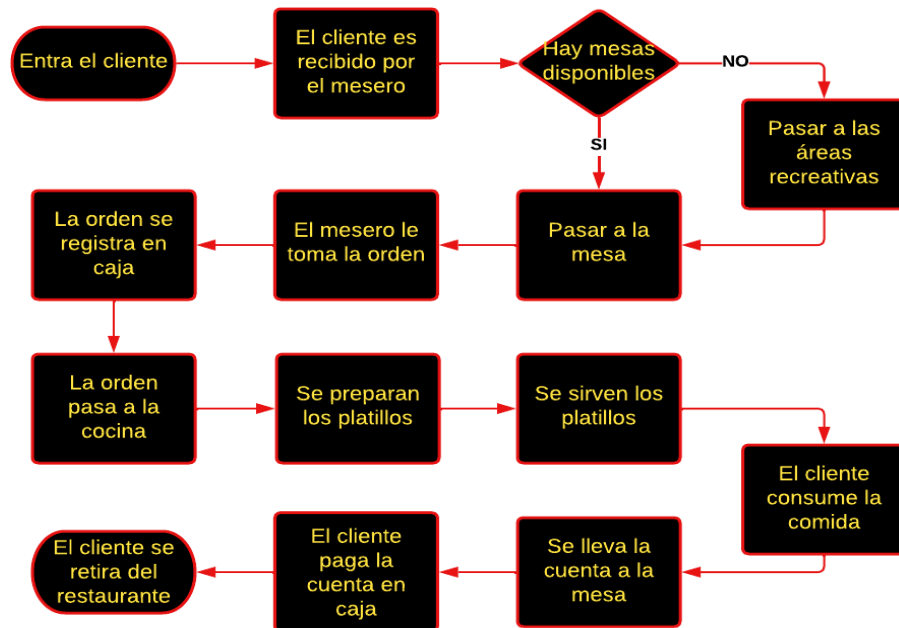
El restaurante "La Estación" estará abierto todos los días para atender a sus clientes. Durante la semana, de lunes a jueves, el horario de servicio será de 11:00 a.m. a 10:00 p.m., mientras que los fines de semana, es decir, de viernes a domingo, se ampliarán horarios estando abiertos desde las 9:00 a.m. hasta las 11:00 p.m.

Para garantizar un servicio óptimo y cumplir con estos horarios, se contratará personal de medio tiempo o realizar pagos extras si es necesario. La prioridad es brindar a los clientes una experiencia de calidad y comodidad.

El proceso de servicio en el restaurante, desde que el cliente entra hasta que se retira, se

encuentra detalladamente descrito en la Figura 28, lo que garantiza una atención eficiente y una experiencia gastronómica satisfactoria para los comensales.

Figura 37. Proceso de servicio



Proceso de trabajo en la cocina.

El proceso de trabajo en la cocina es fundamental y debe ser llevado a cabo con precisión y eficiencia. Para lograrlo, es esencial tener en cuenta varios aspectos importantes, como la planificación, una organización adecuada, coordinación eficiente y una comunicación efectiva. Estos elementos son esenciales para mejorar el rendimiento y minimizar las pérdidas de costos de producción.

En la Figura 29, se detalla minuciosamente el proceso a seguir en la cocina, desde la preparación de la orden hasta el momento en que el mesero lleva el pedido al consumidor. Esto garantiza que cada paso del proceso se realice de manera ordenada y efectiva, lo que contribuye a ofrecer un servicio de alta calidad y una experiencia culinaria satisfactoria para la clientela.

Figura 38. Flujograma del trabajo en cocina

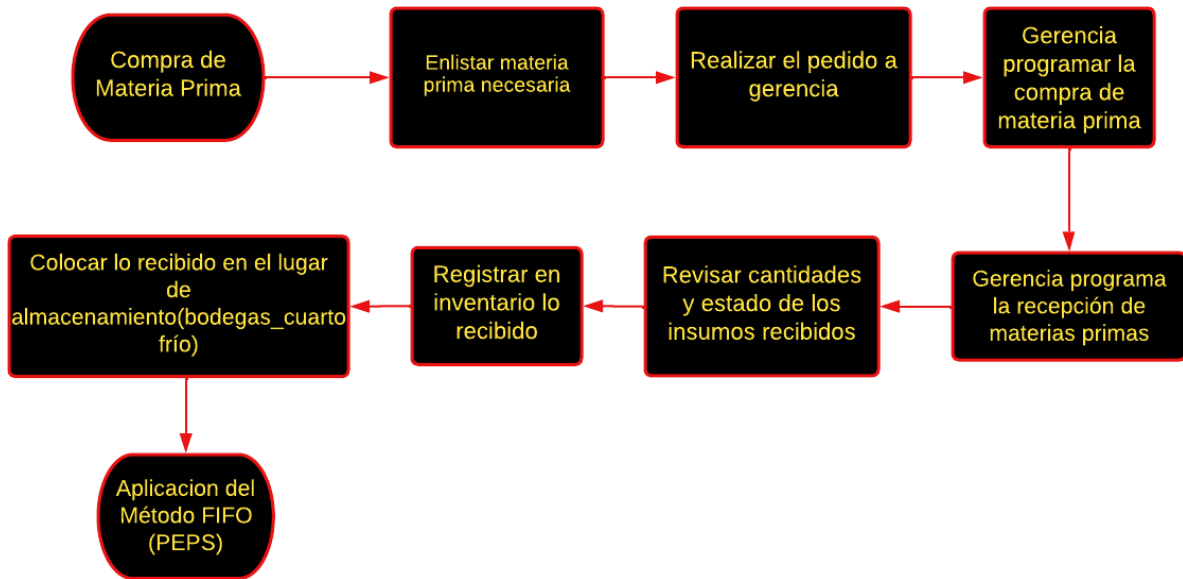


Proceso de abastecimiento

El proceso de abastecimiento es de vital importancia en la organización del restaurante, ya que se encarga de adquirir materiales e insumos en las cantidades adecuadas y que cumplan con los estándares de calidad necesarios para garantizar la correcta elaboración de los productos. Esto es fundamental para cumplir y superar las expectativas de la demanda, brindando un servicio de alta calidad.

La Figura 30 proporciona un detallado desglose del proceso de abastecimiento, desde la compra de la materia prima hasta la implementación del método PEPS. Esto asegura que cada paso del proceso se realice de manera eficiente y cumpla con los estándares de calidad establecidos, contribuyendo así a mantener la excelencia en productos y servicios.

Figura 39. Flujograma del proceso de abastecimiento



3.4 Ingeniería del proyecto

3.4.1 Distribución de la planta

El terreno asignado para la ejecución y funcionamiento del proyecto abarca una superficie total de 741.6 m², en este espacio, se ha distribuido cuidadosamente la disposición de las áreas de alimentación, cocina y servicios de limpieza.

$$CE = \text{Area util para el servicio} / \text{Espacio por comensal}$$

$$CE = 741.6 \text{ m}^2 / 1.5\text{m}^2$$

$$CE = 495 \text{ personas aprox.}$$

Área de atención y cobro, producción, almacenamiento y limpieza

Las secciones de cocina, atención y servicios higiénicos abarcan un total de 179.6 m², y se las ha combinado dentro de una sola edificación, de esta manera se mantiene la coherencia con el

tema general del establecimiento, siguiendo el diseño de una estación de tren.

La zona destinada a la alimentación está compuesta por tres instalaciones tipo vagón, cada una con dimensiones de 15.5 m de longitud por 4.50 m de ancho, es decir 69.75 m² por cada vagón, con un total de 209.25 m². A continuación, se presenta la fórmula utilizada para calcular el aforo para cada vagón:

$$E = \text{Area util para el servicio} / \text{Espacio por comensal}$$

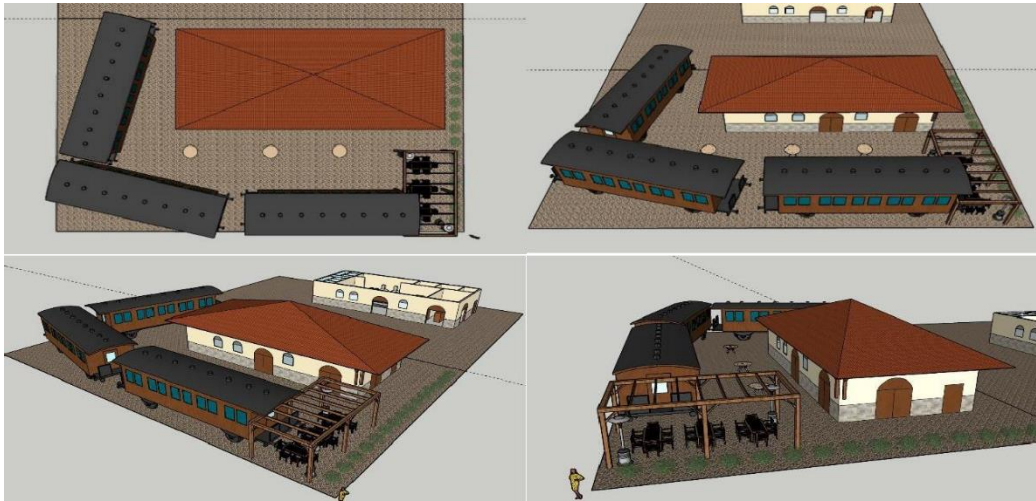
$$E = 69.75 \text{ m}^2 / 1.5 \text{ m}^2$$

$$E = 47 \text{ personas aprox.}$$

A pesar de que estos vagones tienen la capacidad de acoger hasta 47 personas, por motivos de espacio para circulación de visitantes y comodidad desde su diseño, albergarán cada uno cinco mesas de 75cm x 75cm, con cuatro asientos, lo que suma un total de quince comedores y sesenta asientos. Además, se ha previsto la instalación de tres comedores de las mismas características en el área al aire libre, lo que eleva el número total de mesas a 18 y el de asientos a 72 en todo el establecimiento.

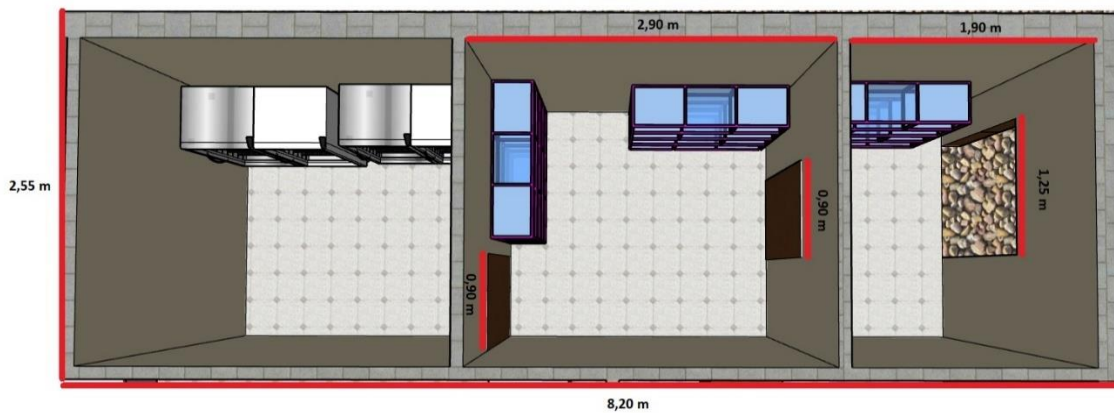
La construcción presenta un tema visual de una estación de tren, lo que se refleja en el diseño del edificio principal con un tejado a dos aguas y la presencia de tres vagones. Además, la decoración general del lugar sigue un estilo rústico acorde con esta temática.

Figura 40. Planos de la instalación (vista aérea)



Como se aprecia en la figura 32 el área de almacenamiento dividida en tres secciones; cuarto frio para conservación adecuada de productos perecibles, cuarto de estanterías para la conservación de condimentos y demás que necesitan acomodarse en un lugar fresco y secos, último cuarto o bodega lugar único y exclusivo para productos de limpieza y aseo y demás utensilios.

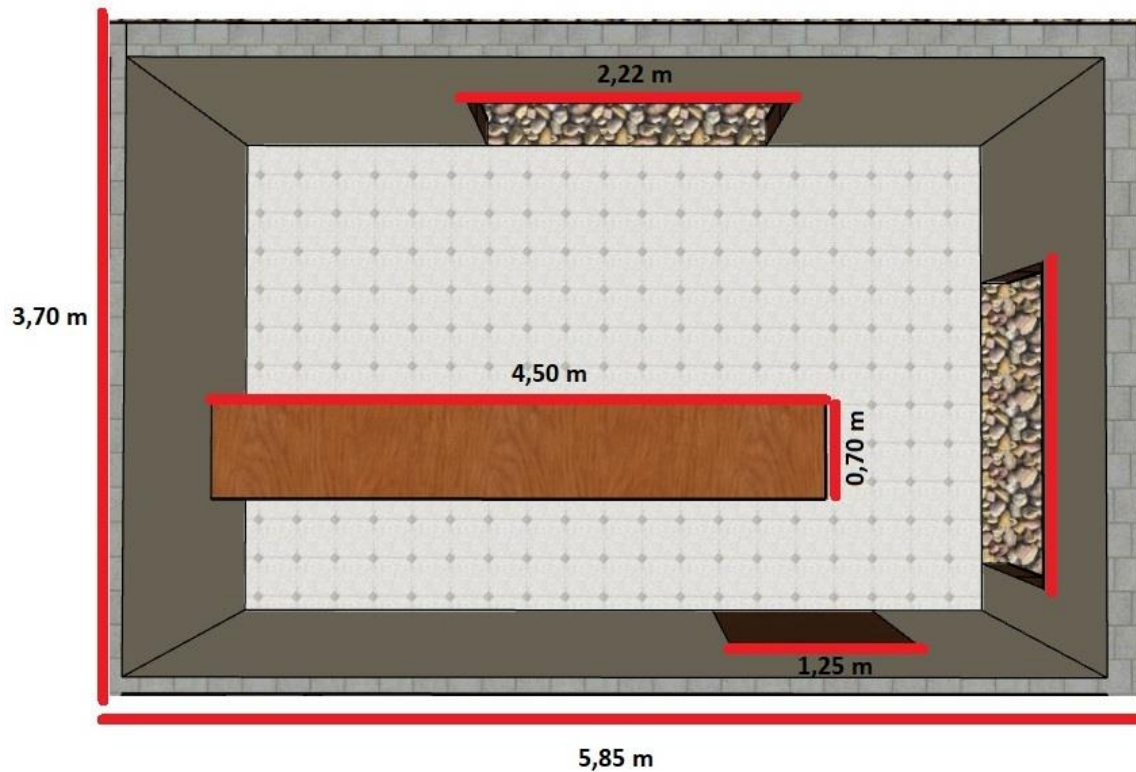
Figura 41. Plano Área de Almacenamiento



En este lugar representado en la figura 33 tenemos el área de atención al cliente y caja con

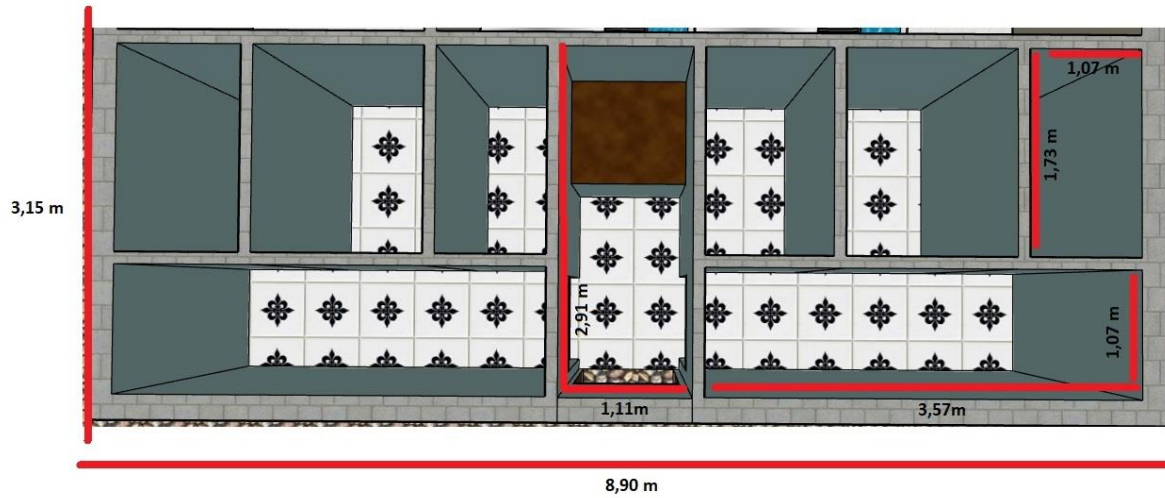
sistema de cobro computarizado de igual forma solo será un lugar de llega y salida de los clientes, contará con una barra para realizar cobros y transacciones, recepción de quejas o reclamos e insumos.

Figura 42. Plano Área de Atención y cobro



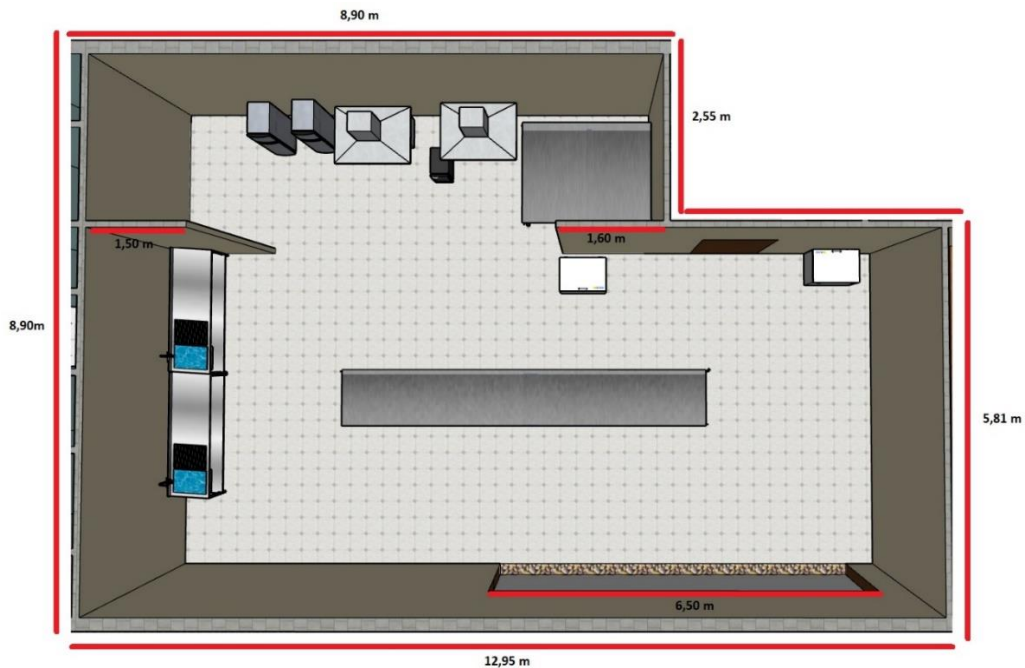
Contara con la cantidad de 6 servicios higiénicos adecuados a las necesidades básicas como inodoros, lavamanos, secadora de manos, papel de baño, jabón y alcohol para las manos.

Figura 43. Plano de Servicios Higiénicos



Mencionaron con un área de 12,95m x 8,90m construcción irregular para la cocina como se observa en la figura 35 tenemos el arrea para lavado y secado de vajillas, espacio para las cocinas en general, área de procesamiento de alimento y área de montaje de alimentos, lugar amplio para mayor movilidad y evitar accidentes dentro del área en general.

Figura 44. Plano de Cocina



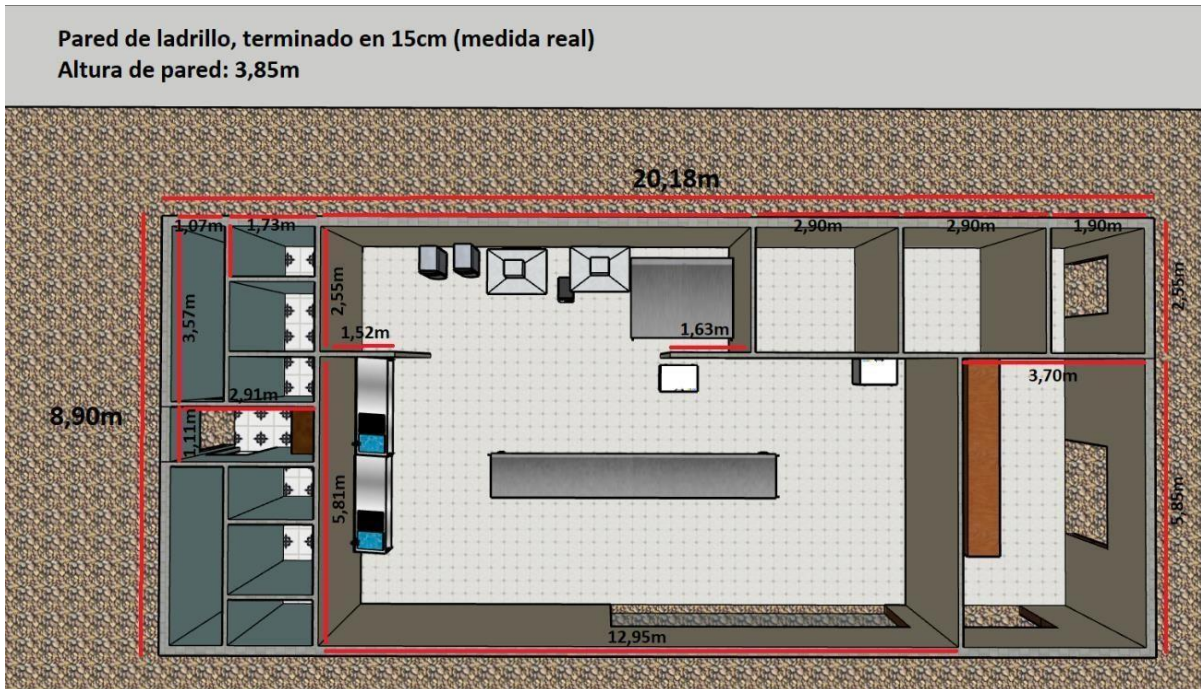
Diseño de vagones con una área de 15,5 m x 2,5m de acuerdo a normas establecidas para un servicio adecuado en el área de comedores se estableció la capacidad de 5 juegos de mesas para 4 pax , mismos que serán decorados con pinturas y artesanías propia de cada región motivando la armonía ambiente gastronomía.

Figura 45. Distribución de mesas (comedores)



Vista superior de la infraestructura de la cocina presente en la figura 37, muestra el total del área y cada una de las áreas designada de acuerdo a lo recomendado por normas para ofrecer un servicio de calidad y oportuno.

Figura 46. Plano general edificación central



El área de los comedores en forma de vagones tendrán una decoración acorde a cada región del Ecuador predominando las tres regiones: Costa, Sierra y Oriente.

En el vagón Sierra tendrá como eje central a las nacionalidades Awá, Chachi, Epera, Tsa'chila, Manta-Huancavilca-Puná con una decoración con pinturas representativas que expresan su modo de vida, rasgos culturales como vestimenta, actividades de recolección de alimentos entre otros, así mismo en el vagón Sierra se presentará las nacionalidades Salasaka, Otavalo y Kayambi además del grupo étnico Tigua, famoso por sus pinturas. Finalmente, el vagón Oriente expondrá a las nacionalidades Shuar, Siona, Zápara y Achuar dando a conocer sus rasgos culturales y naturales más importantes y conservando el color verde haciendo alusión a ser conocido como el pulmón del planeta.

Tabla 35. Decoración interior - pinturas

Decoración interior - Pinturas	
<p><i>Figura 47. Pinturas decorativas región Costa</i></p>	<p><i>Figura 48. Pinturas decorativas región Oriente</i></p>
<p><i>Figura 49. Pinturas decorativas región Sierra</i></p>	

Como complemento decorativo se optará por la incorporación de artesanías representativas acorde a cada región, por ejemplo, la Costa con los sombreros de paja toquilla, la cerámica y la tagua; el Oriente con la balsa, la fibra de chambira y nuevamente la tagua; y la Sierra con los bordados en lana, artesanías con alpaca y los tallados en madera.

Decoración interior - Pinturas

Figura 50. Artesanías representativas región Costa



Figura 51. Artesanías representativas de la región Oriente



Figura 52. Artesanías representativas región Sierra



Para el rescate de las expresiones orales y brindar un ambiente temática en los lugares abiertos del restaurante se implementará mesas interpretativas basadas en el “Manual de señalética del MINTUR” en las cuales se observará e interpretará los mitos y leyendas que se han ido desarrollando a través del tiempo, relatos de personas de sucesos paranormales pasados de generación en generación dando un cierto misterio y encanto a esta laguna y su entorno, los mismos se encontrarán escritos claramente y diferentes idiomas importante mencionar que las señaléticas permiten llegar con el mensaje de manera inmediata al receptor.

Así, se presenta en el manual de señaléticas del (MINTUR, 2020):

Es una de las formas concretas y evidentes de comunicación funcional, cuyo campo de acción es directamente didáctico a través de la interacción, gracias al lenguaje que permite que el mensaje llegue al destinatario de forma inmediata e impecable, respetando el contexto específico del entorno. (pag.14)

Figura 54 Mesa Interpretativas



Figura 53 Acabado final.



Las siguientes figuras muestran la decoración montada al interior de los 3 vagones según su distribución, siendo destinados para las regiones costa, sierra y oriente, así como también el panel informativo en la entrada de cada uno de los comedores.

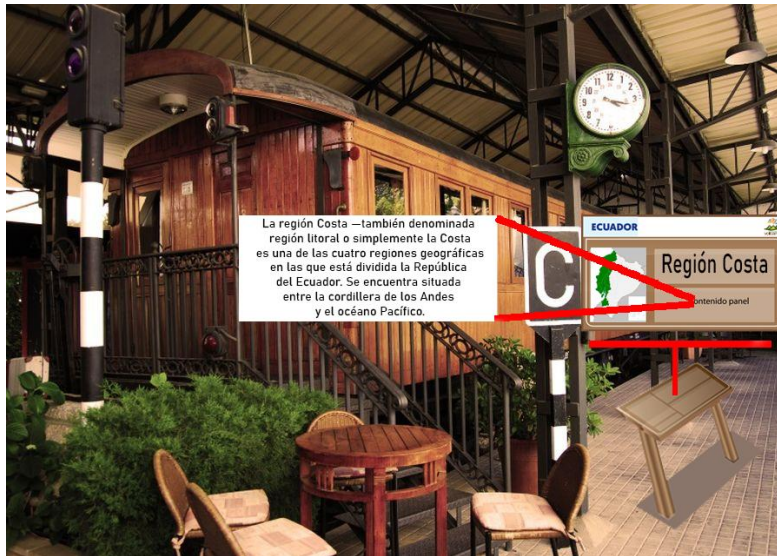
Figura 55. Decoración interior vagón



Figura 56. Decoración interior



Figura 57. Panel informativo exterior



COSTOS

El presupuesto para las adecuaciones y construcciones necesarias del proyecto incluye la construcción de tres comedores con forma de vagones, elaborados a partir de contenedores

reciclados de 40 pies, con un costo total de 6.000 dólares. La cocina, con dimensiones de 20 metros por 9 metros, tiene un costo de 8.000 dólares. También se contemplan seis baños con lavabos, sumando 1.500 dólares en costos, finalmente la decoración de los espacios tiene un valor de \$800. En conjunto, el presupuesto total para todas estas adecuaciones y construcciones asciende a 16.300 dólares. Estos gastos reflejan la inversión en la creación de un espacio único y atractivo con una temática rústica de estación de tren (Ver figura 40).

Tabla 36.
Presupuesto Infraestructura

Adecuaciones/ construcciones	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Comedores en forma de vagones	Construcción en contenedores reciclados de 40 pies de vagones. (Medidas internas 15,5m x 4,5m x 2,5m)	3	\$ 2000	\$ 6.000
Planta central	Rectangular de 20 m x 9m de 1,5m de profundidad.	1	\$ 8000	\$ 8.000
Baños	Baños y lavabos	6	\$ 250	\$ 1.500
Decoración temática	Pinturas y artesanías	-	-	\$ 800
TOTAL				\$16.300

3.4.2 Requerimientos por áreas

Maquinaria y Equipo

Partiendo de la administración existen un conjunto de máquinas que son fundamentales

para la producción y transformación de materia prima mientras que los equipos son herramientas para realizar un servicio o tarea de menor rango que la maquinaria.

Tabla 37.
Equipos

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
Cocina	Cocina Industrial	1	Cocina de acero inoxidable de seis quemadores	\$ 1.000
	Cuarto frio	1	Congeladores y enfriadores industriales	\$ 2.500
	Freidora y horno industrial	1	Freidora y horno en acero inoxidable	\$ 600
	Plancha y Grill	1	En acero inoxidable	\$ 500
	Mesa de trabajo	1	6x2 de acero inoxidable	\$ 300
	Estanterías	2	Estanterías para insumos en acero inoxidable	\$ 600
	Licuadaora	2	Licuadaora Oster	\$ 100
	Extractor de jugos	1	Extractor Oster	\$ 100
	Microondas	1	Microondas Oster	\$ 100
	Extintor	1	Extintor de 15 lbs.	\$ 25
Gas GLP	3	Gas	\$ 105	

Baño	Secadora de manos	2	Secadora de manos	\$ 100
Comedor	Sistema de audio	1	Parlantes	\$400
	Televisor	3	Smart TV 32''	\$ 750
	Extintor	1	Extintor de 15 lbs.	\$ 25
Atención y cobro	Computadora	1	Laptop gama media	\$ 300
	Impresora	1	Impresora láser	\$ 700
	Sistema de facturación	1	Plan Software Contífico	\$ 100
	Datafast	1	Plan Anual	\$ 380
TOTAL:				\$ 8.635

Tabla 38.
Insumos

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT	TOTAL
Comedor	Mesas	18	Mesas para 4 personas	\$ 15	\$ 270
	Sillas	72	4 sillas por mesa	\$ 4	\$ 288
	Mantelería	18	Manteles individuales por mesa	\$ 5	\$ 90
	Cristalería	144	Copas y Vasos	\$ 1	\$ 144

Cocina	Vajilla	72	Platos en su categoría para cuatro presentaciones	\$ 3	\$ 864
	Cubertería	72	Juegos de cubiertos por silla	\$ 3	\$ 180
	Ollas	2	Juego de ollas en acero inoxidable 10 pcs.	\$ 135	\$ 270
	Sartenes	6	Sartenes antiadherentes	\$ 15	\$ 90
	Jarras	10	Jarras de 1.5 litros	\$ 2	\$ 20
	Tabla de picar	6	Tablas de picar de madera	\$ 7	\$ 42
	Maso para papa	2	Maso de madera	\$ 4	\$ 8
	Kit de cuchillos	2	Kit de cuchillos profesionales 4 pcs.	\$ 30	\$ 60
	Bowl	12	Bowl de aluminio	\$ 4	\$ 48
	Cernidor	3	Cernidor metálico	\$ 6	\$ 18
	Cucharones /cucharillas	4	Kit de cucharones/cucharillas 4 pcs.	\$ 12	\$ 48
TOTAL					\$ 2.440

3.5 Inversiones y capital de trabajo

Tabla 39.

Capital de trabajo proyectado para los primeros 3 meses de funcionamiento

ÁREA	RUBRO	CANTIDAD	VALOR UNIT.	TOTAL
	Agua		\$ 50	\$ 150
Servicios básicos	Electricidad		\$ 70	\$ 210
	Internet		\$ 25	\$ 75
	TV Cable		\$ 35	\$ 105
Salarios	Chef	1	\$ 500	\$ 1.500
	Ayudante de cocina	1	\$ 425	\$ 1.275
	Meseros	2	\$ 600	\$ 1,800
	Cajero	1	\$ 300	\$ 900
Marketing y comercialización	Publicidad en redes sociales/ flyers		\$ 100	\$ 300
Materias primas	Abastos		\$ 700	\$ 2.100
TOTAL				\$ 8.415

Tabla 40.
Inversión total

Descripción	Costo
Construcción/adecuaciones	\$ 16.300
Maquinaria y equipos	\$ 8.635
Insumos y requerimientos	\$ 2.440
Capital de trabajo	\$ 8.415
TOTAL	\$ 35.790

3.6 Estructura organizativa y administrativa

3.6.1 Misión

El restaurante temático “La Estación” tiene como misión superar expectativas de los consumidores de tal forma que sea una experiencia única y memorable en un restaurante de comida tradicional con productos frescos, para poder presentar un servicio destacable, diferenciarse de otros establecimientos al conservar detalles gastronómicos propios de las regiones del país manteniendo una excelente presentación de sus platos.

3.6.2 Visión

Ser reconocidos como el restaurante temático de referencia en la región con características únicas en servicio al dar a conocer las tradicionales orales de la laguna, siendo reconocido a nivel local, provincial, y nacional.

3.6.3 Políticas

- Ofrecer un servicio de calidad y calidez, en todo el proceso ya sea en la preparación y el servicio al cliente.
- Aplicar sin ninguna excepción el cuidado e higiene en todas las áreas, textiles, equipos y los alimentos.
- Brindar un servicio adecuado, eficiente y rápido, respetando los procesos, apegándose a las normas de protocolo tanto en modales y comportamiento hacia el cliente.
- Suministrar a los clientes productos frescos, sanos y que sean nutritivos.
- Servir un menú variado generando el concepto de temático en donde puedan consumir tres menús diferentes de las tres regiones del Ecuador.
- Trato justo y respetuoso en todo momento de los procesos tanto entre el personal y el cliente.
- Todo el personal deberá fomentar, mantener y trabajar en todo referente al concepto de Ética.
- Los trabajadores dentro de su horario de trabajo deberán estar prestos a colaborar en las áreas que están capacitados y en las áreas que se les pida su colaboración.
- Cada área de trabajo en un determinado periodo será evaluada y documentado con el fin de mejorar la productividad a fin de evitar gastos y saber si el personal necesita capacitación.

3.6.4 Valores

- Amor: Por la cocina ecuatoriana para así demostrar la riqueza gastronómica de Ecuador en cada una de las preparaciones.
- Disciplina: Trabajar por los clientes y los objetivos del restaurante.
- Responsabilidad: Trabajar efectivamente para la satisfacción de los clientes.
- Trabajo en Equipo: Estimar el esfuerzo y dedicación expuesta por cada miembro del equipo de trabajo.
- Empatía: Poner en los zapatos del cliente para dar el trato y servicio como se gustaría a recibir.

3.6.5 Marca e imagen corporativa

Descripción

Al ser un restaurante temático con relación a la Laguna de Yambo y su riqueza en expresiones orales con sucesos en esta laguna, se colocaron franjas en forma de ondas formadas en las aguas de la laguna, el tren representa la temática del restaurante ya que contara con comedores en forma de vagones, un par de cubiertos que distingan que se trata de un restaurante, el nombre del establecimiento y la ubicación haciendo parte de la imagen lo que la convierte en un isotipo, finalmente se encierra con trazos góticos que den realce y elegancia al logo.

Los colores utilizados son: negro, blanco, rojo y amarillo. De acuerdo con la psicología de colores en la industria alimenticia el color negro y blanco utilizado para contrastes de colores fuertes, blanco por la higiene y pulcritud, negro por lo clásico que resalta el establecimiento, el amarillo por la atracción de entusiasmar al consumidor a conocer nuevas experiencias y el rojo

que aumenta la energía del cliente crea una necesidad de satisfacer ciertas necesidades debido al aumento de sus impulsos nerviosos.




Figura 58. Isologo



Tabla 41. Descripción de colores

Color	Significado	Uso
Negro	Asociado con autoridad, poder, estabilidad, confianza y fuerza.	Fondo
Rojo	Está asociado con el movimiento, la emoción y la pasión.	Trazos góticos
Blanco	Limpieza, pureza y seguridad.	Letras, ondas y tren
Amarillo	Alegría, promueve el optimismo, empatía y se relaciona con el sol.	Tenedores y letras

Tabla 42 Descripción figuras y trazos

Figura	Significado
	<p>Referente al tren que cubría la ruta Quito-Ambato y se descarriló en la orilla de la laguna de Yambo</p>
	<p>Cubiertos que denotan el servicio de alimentación en el establecimiento</p>
	<p>Representación de las aguas de la laguna de Yambo.</p>

Merchandising

Se aplicará esta estrategia para generar curiosidad sobre el establecimiento con tarjetas de presentación que muestran código QR donde se encuentra la página web oficial, en la misma cuenta el tipo de negocio y la oferta.

Dentro del establecimiento como política se utilizará uniformes con el distintivo del establecimiento (isologo), y los respectivos colores representativos. Como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 43 Distintivos

Tarjeta de Presentación	Uniforme
	

3.6.6 Organigramas

Organigrama Operacional

En la figura 34, se presenta el organigrama operacional del Restaurante Temático “La Estación” es la representación gráfica que será visual para los miembros del equipo de trabajo, la cual servirá para reconocer al o los encargados de cada área/departamentos de trabajo y su responsabilidad. Cada uno de los puestos se describe a continuación:

Propietario: Dueño del establecimiento

Gerente General: Lidera y gestiona todas las operaciones del restaurante para garantizar su éxito.

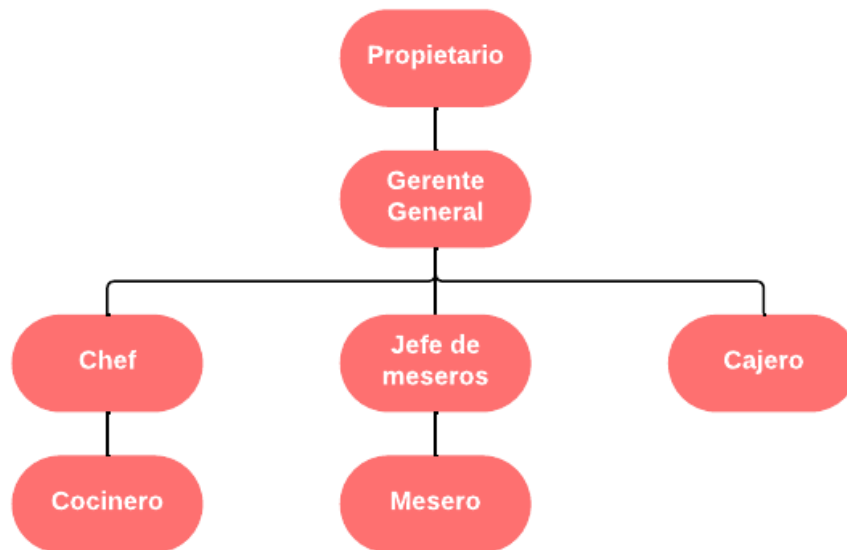
Chef Ejecutivo: Crea platos excepcionales, lidera la cocina y mantiene la calidad del menú.

Cocinero: Prepara y cocina los alimentos siguiendo recetas y estándares de higiene.

Jefe de meseros: Supervisa el servicio en el comedor y coordina al personal de servicio.

Cajero: Maneja los pagos de los clientes y registra las transacciones.

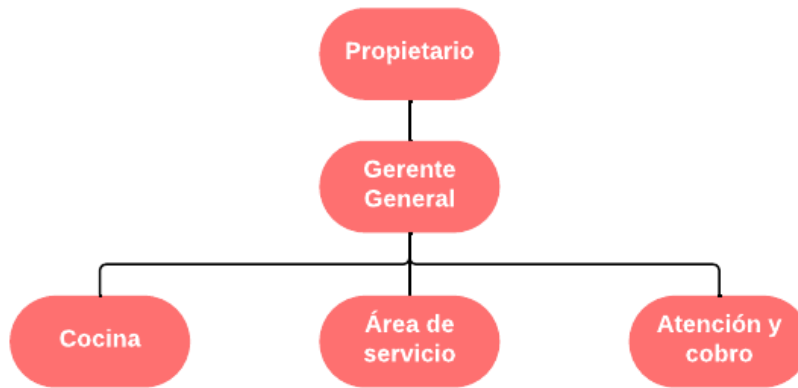
Figura 59. Organigrama operacional



Organigrama Administrativo

Enfocado directamente en el proceso administrativo y desarrollo correcto del establecimiento apoyando en la dirección de actividades como es: administración del personal, proceso de adquisición de materia prima, control financiero, ventas, apoyo en áreas de trabajo y servicio.

Figura 60. Organigrama administrativo



El establecimiento como un grupo de trabajo se encuentra dirigido por un persona a cargo de cada área de trabajo con el fin de una mayor control en le cadena de procesos y otros criterios que ayuden a resolver problemas y conflictos quiere decir que cualquier percance en el establecimiento deberá tomar un órgano regular para realizar cambios sugerencias u observaciones, en primera instancia los jefes de área como son; cocina, área de servicio, atención y cobro, esta área esta dirigida por el gerente o la persona adyacente al gerente, y por ultimo al propietario quien es la persona de esta área la encargada de la toma de decisiones en general, pero en el caso de no encontrarse la persona encargada de la siguiente área toma su lugar.

3.6.7 Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual

El restaurante con el nombre de “La Estación”, será una Entidad de Responsabilidad Limitada. Una compañía de responsabilidad limitada es aquella que se conforma con un mínimo de dos personas, y como máximo de quince personas, las cuales responden por las obligaciones sociales.

Solicitud de aprobación:

Para la aprobación se requiere presentar las tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a la que se adjuntará la solicitud, suscrita por el abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo. Y, por consiguiente, la compañía solo se podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes otorgado por el SRI. (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Socios:

La compañía se constituirá con dos socios, pudiendo tener un máximo de 15 socios.

Capacidad para contratar:

Se requiere la capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges (Art. 99 de la Ley de Compañías).

Capital:

La compañía se constituye con un capital mínimo de \$400 dólares americanos, de aporte de los socios. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Además, el aporte puede ser monetario, muebles o inmuebles (Art. 102 y 104 de la Ley de Compañías).

Pasos para considerar la creación de la empresa:

1. Aprobación del nombre ante la Superintendencia de Compañías.
2. Registro Único de Contribuyentes.

Requisitos:

- Original y copia de la cedula de identidad.
- Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono máximo de 3 meses atrás del lugar en que va a realizar la actividad económica.

Trámites y licencias:

- Solicitud de visita de Bomberos
- Solicitud de visita de Sanidad
- Licencia Anual de Funcionamiento
- Patente municipal

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI):

El registro de la marca es un signo que distingue a un servicio o producto de otros existentes. Este nombre está representado por una palabra, números, símbolos, logotipos entre otros. El fin del registro es la diferenciación y autenticidad de la marca a presentar en el mercado (IEPI, 2019).

Los requisitos para el registro se lo pueden realizar de forma virtual:

1. Ingresar a la página web de SENADI y seleccionar Programa/servicios.
2. Ingresar opción Casillero Virtual y llenar los datos.
3. Una vez ingresados sus datos, se envía un link para cambiar su contraseña.
4. Luego, puede ingresar Solicitudes en Línea.
5. Ingrese a la opción pagos, opción tramites en línea.
6. Opción, generar comprobante.
7. Llene la planilla e ingrese el código de la tasa de pago. (ingrese el código 1.1.10)
8. Ingrese los datos y botón Generar comprobante.
9. Imprima el comprobante.
10. Y asista al Banco Del Pacifico a pagar la tasa de \$16 dólares.
11. Escanee los comprobantes de pago.
12. Envié un email a la siguiente dirección: foneticoquito@senadi.gob.ec . Así como el

nombre exacto de la marca.

13. Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.

14. Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña.

15. Opción REGISTRO.

16. Del listado escoja la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS.

17. Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.

18. Después de haber ingresado los datos.

19. Botón GUARDAR.

20. Botón VISTA PREVIA.

21. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00.

22. Cancele en el Banco del Pacífico.

23. Icono INICIO DE PROCESO. (Chachalo, 2023)

Afiliación de trabajadores al IESS Requisitos:

1. Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del patrono y el empleado (a color).

2. Copia de contrato de trabajo debidamente legalizado en el Ministerio de Trabajo.

3. Copia de comprobante del último pago de agua, luz o teléfono del patrono.

Categorización de Restaurante.

De acuerdo con el Manuel del MINTUR sobre la categorización de restaurantes menciona lo siguiente, los establecimientos de alimentos y bebidas deberán ser evaluados y demostraras

su estado del establecimiento en todas las áreas como son: infraestructura, capacitación del personal, BPM, y la documentación en regla.

En el caso de restaurantes se conoce 5 categorías denominados respectivamente con "tenedores", "1" tenedor de categoría menor y "5" tenedor a la máxima puntuación.

Para restaurantes se cumplirá dos evaluaciones correspondientes según anexos del reglamento:

- ANEXO D. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – **RESTAURANTES** (38 ítems)
- ANEXO D.1. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA **RESTAURANTES** (41 ítems con su respectiva puntuación)
- (Revisar Anexo 17,18)

Tabla 44. Tabla de clasificación de "tenedor"

CATEGORIA	PUNTUACION REQUERIDA ≥ (mayor que o igual a)
5	≥ 91(mayor que o igual a)
4	81≥90
3	80≥71
2	70≥61
1	60≥40

Al revisar los anexos de los requisitos para el restaurante temático "La Estación" y tomar

en cuenta que este estudio si cumple con ciertos criterios de evaluación, ayuda a futuro mejorar en los aspectos que se evalúan y establecer una categoría mínimo intermedia para brindar un servicio óptimo a los clientes

3.8 Propuesta comercial

Proyecciones de Ventas

En el restaurante "La Estación", nuestra propuesta comercial se basa en una estrategia integral para atraer a una amplia gama de clientes y aumentar las ventas de manera constante. Nuestras proyecciones de ventas se basan en diversos canales de comercialización y un enfoque en la calidad y autenticidad de nuestros productos.

Venta Directa en el Restaurante: Se ofrecerá un ambiente atractivo y temático que invite a los clientes a disfrutar de la auténtica gastronomía ecuatoriana. Se pretende atender a un promedio de 130 comensales diariamente, con un aumento en fines de semana y días festivos.

Servicio de Reservas para Eventos: Se promocionará el establecimiento para eventos privados y corporativos. Se estima al menos 2 eventos por mes con un promedio de 50 comensales cada uno.

Canales de Distribución

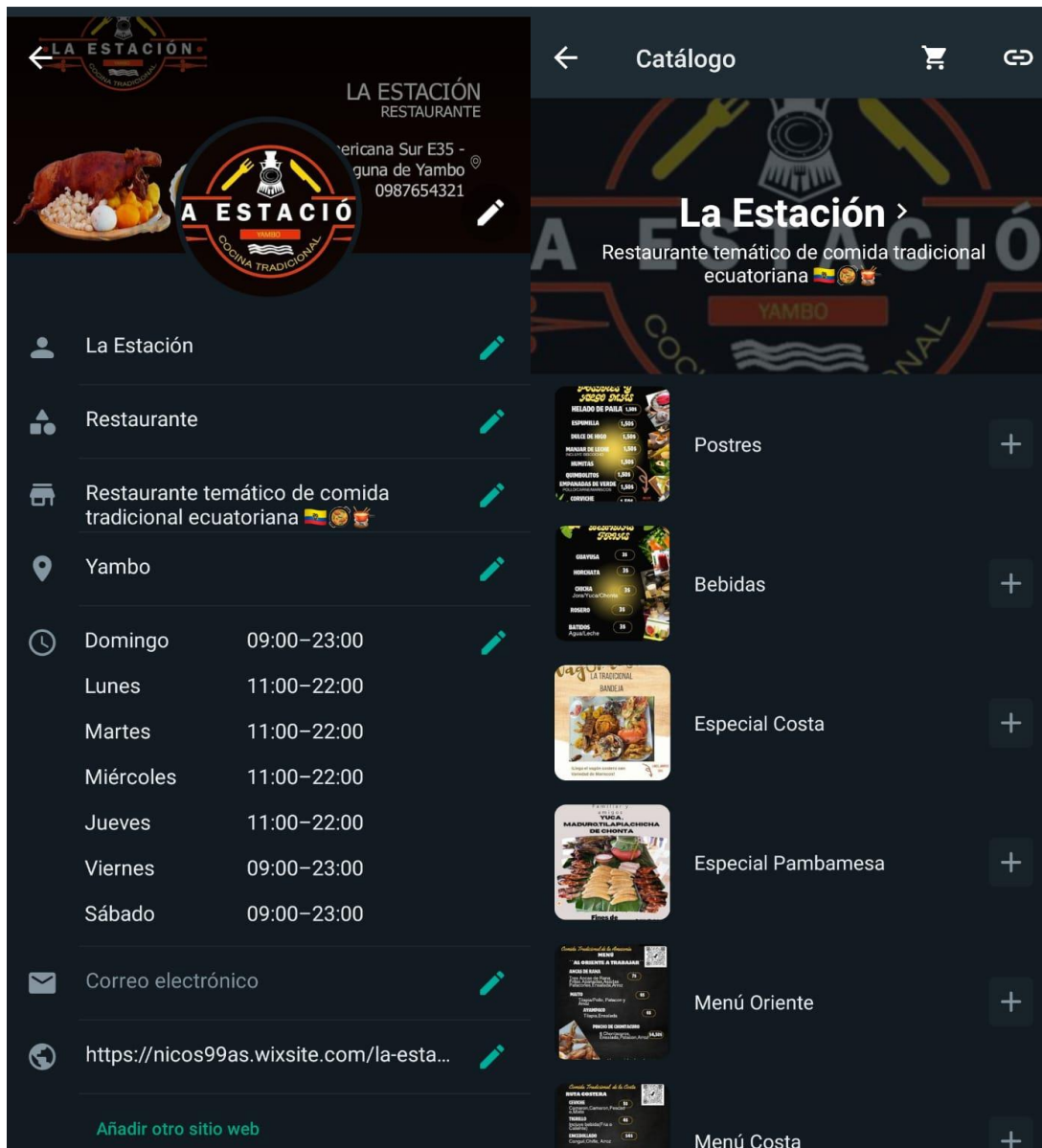
Se utilizará múltiples canales de ventas para llegar a una audiencia más amplia y facilitar la experiencia de compra:

WhatsApp Business

Además de brindar un servicio de atención al cliente, se utilizará WhatsApp Business para enviar promociones exclusivas a los clientes que estén registrados en la lista de contactos. Esto con el fin de incentivar las ventas y fomentar la fidelidad de los clientes. Se debe establecer un horario de atención claro para garantizar que los clientes reciban respuestas rápidas y efectivas a

sus consultas.

Figura 61. WhatsApp Business

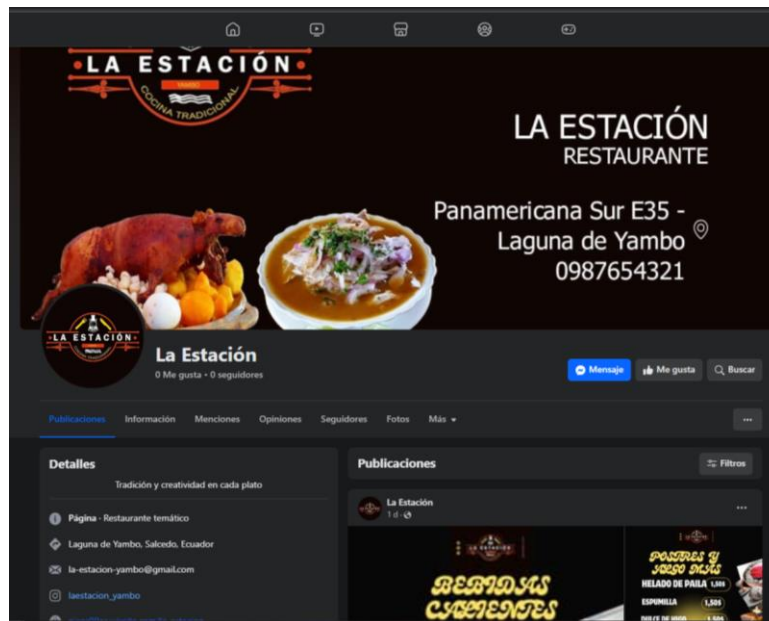


Redes Sociales: Se mantendrá una presencia activa en plataformas como Facebook e Instagram, donde se compartirá contenido atractivo, promociones y actualizaciones sobre el restaurante.

Facebook

Se va a crear una página de negocios en Facebook dedicada al restaurante, en la cual se incluirán todos los detalles importantes, como la dirección, el horario de apertura, el número de contacto y el enlace al sitio web. Además, se mantendrá una regularidad en la publicación de contenido de alta calidad, que abarcará desde fotografías de los platos más exquisitos hasta imágenes que muestren la atmósfera única del restaurante, así como actualizaciones sobre eventos especiales y promociones. Se empleará un tono de voz coherente que refleje la personalidad distintiva del restaurante y se dará una respuesta oportuna a los comentarios y mensajes de los seguidores.

Figura 62. Facebook

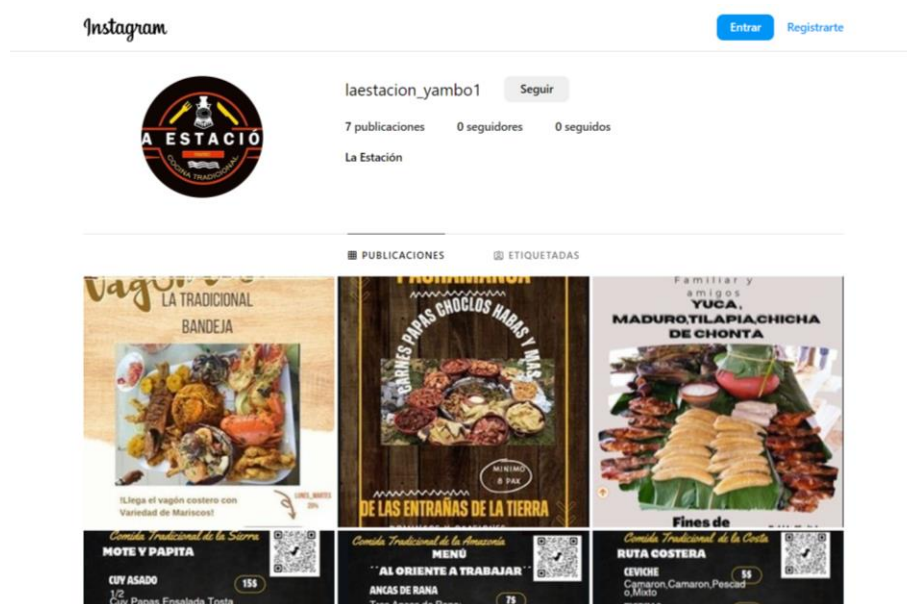


Instagram

Se creará un perfil de negocio en Instagram vinculado a la página de Facebook para aprovechar las herramientas de análisis y promoción disponibles en la red social. El contenido que se compartirá en esta plataforma será altamente visual, con imágenes y videos de alta calidad que

resalten los platos, bebidas y el ambiente distintivo del restaurante, como es el diseño en forma de tren, se acompañara los posts de hashtags relevantes para aumentar la visibilidad. Además, las historias de Instagram serán una parte clave de la estrategia, mostrando detrás de escena en la cocina, eventos en el restaurante y el proceso de preparación de los alimentos, utilizando funciones interactivas como encuestas y preguntas para mantener a tu audiencia comprometida de manera constante.

Figura 63. Instagram

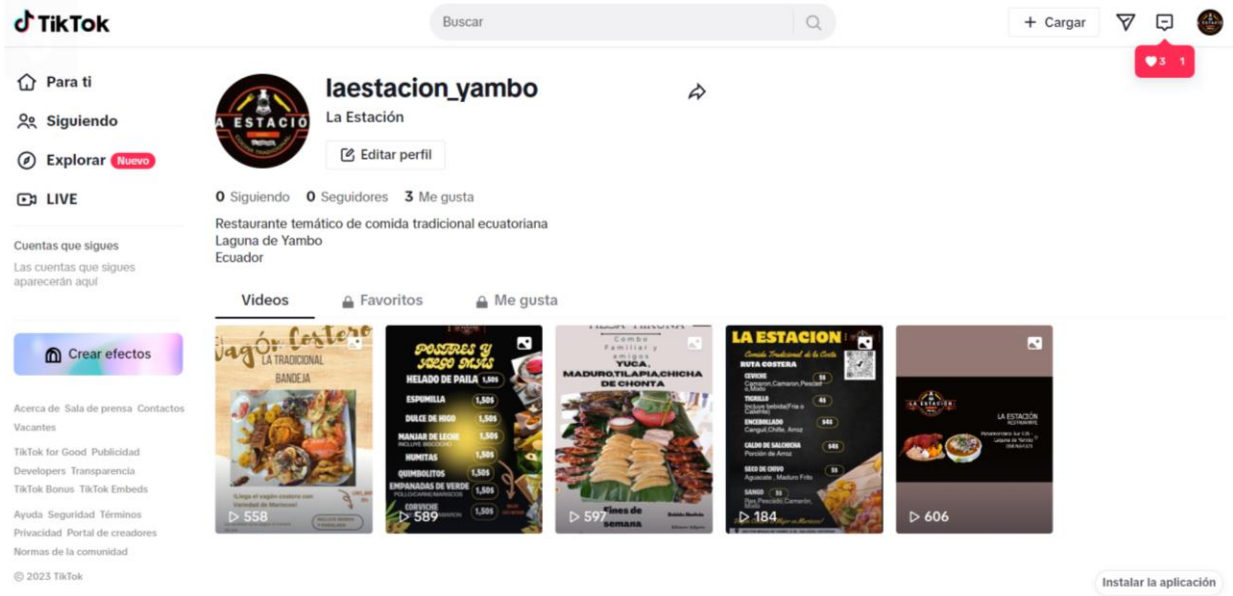


TikTok

Se implementará la creación de una cuenta de negocios en TikTok destinada al restaurante, donde se compartirán videos cortos que serán tanto creativos como entretenidos. Se producirán videos que mostrarán la preparación de platos de manera innovadora y se presentarán desafíos relacionados con la comida, empleando música popular y efectos especiales para aumentar el atractivo de los contenidos. Además, se participará activamente en tendencias y desafíos virales relevantes para el restaurante con el objetivo de incrementar la visibilidad y la interacción de la

cuenta. Se fomentará la interacción con la comunidad de TikTok, respondiendo a los comentarios y siguiendo a usuarios pertinentes para fortalecer la presencia en la plataforma.

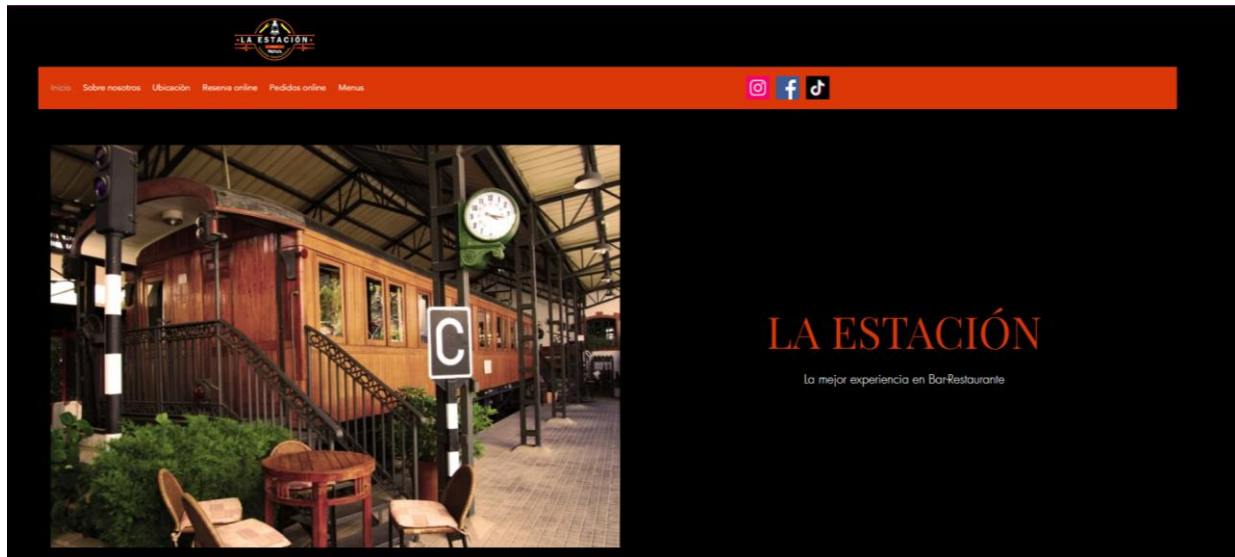
Figura 64. Tiktok



Sitio Web

Se llevará a cabo la creación de un sitio web atractivo y fácil de navegar, en el cual los clientes podrán explorar el menú, realizar reservas y conocer más acerca de la propuesta temática del restaurante. Este sitio web se desarrollará teniendo en cuenta una navegación intuitiva, se incluirán características interactivas como un menú detallado y un sistema de reservas en línea, y se proporcionará información detallada sobre el restaurante y su historia. Además, se optimizará para dispositivos móviles. La actualización regular del contenido, la seguridad de los datos de los clientes y la integración con las redes sociales también serán parte fundamental de este sitio web.

Figura 65. Sitio web



<https://nicos99as.wixsite.com/la-estacion>

Entrega a Domicilio

Se establecerán alianzas estratégicas con servicios de entrega a domicilio con el objetivo de ampliar nuestro alcance y satisfacer las necesidades de aquellos clientes que opten por disfrutar de la experiencia gastronómica de nuestro restaurante desde la comodidad de sus hogares. En este enfoque de colaboración, se trabajará en estrecha coordinación con los proveedores de entrega líderes en la zona para garantizar un servicio eficiente y puntual. Se implementará un sistema de entrega a domicilio que garantice la integridad de los alimentos durante el transporte y que cumpla con los más altos estándares de higiene y seguridad alimentaria. Esta iniciativa no solo permitirá llegar a un público más amplio, sino que también proporcionará una experiencia gastronómica de calidad que refleje la excelencia de nuestro restaurante incluso fuera de nuestras instalaciones. Además, se llevará a cabo un monitoreo constante de la satisfacción del cliente para asegurarnos de que las entregas sean consistentemente excepcionales.

Ofertas y Promociones

Para incentivar las ventas, se ofrecerá promociones especiales, como menús del día, combos familiares y descuentos en eventos especiales, con el compromiso de brindar una experiencia gastronómica única, celebrando la tradición culinaria ecuatoriana en un entorno temático memorable.

Como estrategia inicial para atraer a clientes y fomentar la interacción en redes sociales, se implementará una emocionante promoción que incentivará a los comensales a compartir sus experiencias en nuestro restaurante. Se invitará a los clientes a subir fotos de sus platos o de su visita a nuestras redes sociales, utilizando un hashtag específico creado para la promoción. Como recompensa, se ofrecerá un generoso descuento del 15% en su próxima visita al restaurante. Esta iniciativa no solo promoverá la participación activa de nuestros clientes en las redes sociales, sino que también generará contenido auténtico y valioso que destaque la calidad de nuestros platos y el ambiente acogedor del restaurante. Además, el descuento incentivará a los clientes a volver y disfrutar de nuestra oferta culinaria una vez más, lo que a su vez contribuirá a la fidelización de la clientela. Esta estrategia refleja nuestro compromiso de brindar una experiencia excepcional y memorable a nuestros comensales.

Capítulo 4. Estudio de Impacto Ambiental

En este capítulo sobre el estudio ambiental, se describirá las acciones ambientales que el Restaurante La Estación ejecutará en la etapa de operación, con el fin de distinguir los impactos positivos y negativos que afectaran al entorno y componentes ambientales, subsiguiente al reconocimiento y aplicación del método elegido, se observará los resultados y se planteará medidas moderatorias de acuerdo con la magnitud de los impactos.

Según Coria (2008) afirma que el estudio de impacto ambiental (EIA) es un tipo de documento que registra el análisis de las medidas preventivas que se deben aplicar a la hora de aplicar un proyecto en el campo, esto con el fin de no ocasionar efectos perjudiciales al medio ambiente. Un registro de este tipo de estudios permite identificar, valorar y considerar todas las medidas preventivas necesarias para resguardar los recursos naturales. La finalidad de aplicar este tipo de estudio es para poder tomar decisiones con respecto al cuidado de los recursos y a su vez generar una convivencia ambiental y social para la generación de nuevos proyectos.

4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.

Tabla 45. Descripción de etapas del proyecto

Etapa	Actividades
Construcción	Contratación de personal
	Excavaciones superficiales
	Conexión de agua potable y saneamiento
	Construcción de infraestructura
	Instalación de redes eléctricas y de comunicación
	Adecuación de zonas verdes
Operación	Parqueadero
	Residuos propios y/o de los visitantes
	Interpretación de las regiones del Ecuador
	Contratación de personal
	Preparación de alimentos
	Mirador hacia la laguna

4.2 Determinación de la metodología.

Matriz de Criterios Relevantes Integrados

El método de Criterios Relevantes Integrados se fundamenta en un análisis que abarca múltiples criterios, comenzando por la identificación de los efectos y acciones en el entorno ambiental. A través de valores predefinidos, se lleva a cabo un examen y discusión de estos criterios, los cuales varían según la naturaleza del proyecto.

La valoración de cada impacto ambiental, según la metodología de Criterios Relevantes Integrados, se realiza a través de la evaluación de la Intensidad, Extensión y Duración, Reversibilidad e Incidencia. También se establece una escala de valores para las variables de Intensidad (I), Extensión (E), Duración (D), Reversibilidad (Re) e Incidencia (G) para la valoración de cada elemento. (CELEC EPTRANSELECTRIC, 2010)

Características clave del método de Criterios Relevantes Integrados incluyen la comprensión de las actividades generadas durante la ejecución del proyecto, la constante identificación de las alteraciones en el entorno físico, biológico y socioeconómico, y la propuesta de un índice denominado VIA (Valor del Impacto Ambiental).

Este enfoque metodológico es aplicable particularmente a proyectos que involucran una colaboración multidisciplinaria significativa. Además, se emplean dos ecuaciones cruciales: una para calcular la magnitud de los impactos y otra para determinar el Valor del Impacto Ambiental (VIA).

La simbología utilizada es la siguiente:

Tabla 46.
Simbología

C = carácter	RE = reversibilidad	MA = muy alto	MB = muy bajo
EX = extensión	RG = riesgo	AL = alto	NE = neutro
DU = duración	VIA = índice de impacto	ME = medio	
MAG = magnitud	SIG = significado	BA = bajo	

Tipo de acción que genera el cambio

Carácter del impacto: la relación entre el cambio y el estado previo de cada acción del proyecto, en este caso si la construcción del alojamiento es positivo o negativo (Lucana, 2019).

Intensidad: es el vigor como se manifiesta el cambio por las acciones del emprendimiento. Se establecen las predicciones del cambio neto entre las condiciones con y sin proyecto. El valor numérico de la intensidad se relaciona con el índice de calidad ambiental del indicador elegido, este varía entre 0 y 10 (Garzón & Rodríguez, 2013).

Extensión o influencia espacial: superficie que es afectada por las acciones del emprendimiento, sea directo o indirecto (Martínez et al., 2019). La escala de valoración es:

Tabla 47.
Extensión o influencia espacial

Extensión	Valoración
Generalizado	10
Local	5
Muy local	2

Duración del cambio: es el periodo de tiempo durante el cual las acciones propuestas involucran cambios ambientales. Para poder realizar el análisis se utiliza la siguiente tabla:

Tabla 48.
Duración del cambio

Duración (años)	Plazo	Valoración
>10	Largo	10
5-10	Mediano	5
1-5	Corto	2

Magnitud: sintetiza la intensidad, duración e influencia espacial. Es un criterio integrado, la expresión matemática es:

$$Mi = (I * Wi) + (E * We) + (D * Wd)$$

Donde:

Tabla 49. Magnitud

Intensidad	Wi= peso del criterio de intensidad
Extensión	We= peso del criterio de extensión
Duración	Wd= peso del criterio de duración

Mi= índice de magnitud del efecto i

$$Wi + We + Wd = 1$$

Reversibilidad: es la capacidad del sistema de retornar a una situación de equilibrio similar o equivalente a la inicial:

Tabla 50.
Reversibilidad

Categoría	Capacidad de reversibilidad	Valoración
		n

Irreversible	Baja o irrecuperable	10
	Impacto puede ser reversible a muy bajo plazo (50 años o más)	
Parcialmente reversible	Media, impacto reversible a largo plazo	5
Reversible	Alta, impacto reversible a corto plazo (0 a 10 años)	2

Riesgo: es la probabilidad de ocurrencia del efecto sobre la globalidad del componente.

Se usa los siguientes valores de la escala:

Tabla 51. Riesgo

Probabilidad	Rango (%)	Valoración
Alta	>50	10
Media	10-50	5
Baja	1-10	2

Índice integral del impacto ambiental VIA: se realiza a través de un proceso de amalgamiento, para esto se usa una expresión matemática que integra los criterios que se redactaron anteriormente. Su fórmula es:

$$\text{VIA} = (\text{Rwr} * \text{RGwrg} * \text{Mwm})$$

Donde:

Tabla 52. Índice integral del impacto ambiental VIA

Reversibilidad	wr= peso del criterio de reversibilidad
Riesgo	wrg= peso del criterio de

	riesgo
Magnitud	w_m = peso del criterio de magnitud

VIA= Índice de impacto para el componente o variable i

La sumatoria $w_r + w_{rg} + w_m = 1$

Los pesos relativos asignados a cada uno de los criterios corresponden a los siguientes:

Tabla 53.
Pesos relativos

$w_{intensidad}$	= 0.40
$w_{extensión}$	= 0.40
$w_{duración}$	= 0.20
$w_{magnitud}$	= 0.61
$w_{reversibilidad}$	= 0.22
w_{riesgo}	= 0.17

Significado: es la importancia relativa o al sistema de referencia utilizado para evaluar el impacto. Consiste en clasificar el índice o VIA obtenido. De acuerdo con estas categorías:

Tabla 54.
Rangos de índices

Índice	Nivel o significado
>8,0	Muy alto
6,0 - 8,0	Alto
4,0 - 6,0	Medio
2,0- 4,0	Bajo
<2,0	Muy bajo

Figura 66. Cromática de índices

E. Cromática (+)	E. Cromática (-)

Estudio de Línea Base

Para poder desarrollar la evaluación de impacto ambiental en el emprendimiento, se tendrá en cuenta los siguientes tres aspectos para poder identificar, predecir, valorar y mitigar los impactos físicos, biológicos y socio culturales. De esta manera se pretende asegurar que el proyecto es factible y considerar los impactos negativos y positivos, así se podrá diseñar alternativas de solución.

Tabla 55. Estudio de línea base

	Medio potencialmente afectado	Componente Ambiental	Factor afectado
Factores ambientales	Biofísico	Suelo	Ocupación del territorio Contaminación
	Biótico	Paisaje	Armonía con el paisaje
	Social	Sociocultural	Empleo
	Recreacional	Gastronomía	Rentabilidad

Matrices de evaluación

Para poder empezar primero se realiza la interacción, de esta forma se puede relacionar que componentes o factores se corresponden entre sí. Para esto se debe tener en cuenta las actividades o acciones que tendrán lugar en el proyecto.

Es importante que por cada acción se considere los factores ambientales que puedan ser afectados.

Tabla 56.
Matrices de evaluación

-	Muy alto	
	Alto	
	Medio	
	Bajo	
	Muy bajo	
+	Muy bajo	
	Bajo	
	Medio	
	Alto	
	Muy alto	

Aplicación del Método Leopold

Tabla 57. Matriz Leopold

			Etapa de construcción						Etapa de operación									
			Contratación de personal	Excavaciones superficiales	Conexión de agua potable y saneamiento	Construcción de infraestructura	Instalación de redes eléctricas y de comunicación	Adecuación de zonas verdes	Parqueadero	Residuos propios y/o de los visitantes	Interpretación de las regiones	Contratación de personal	Preparación de alimentos	Mirador hacia la laguna				
Factores ambientales	Biofísico	Suelo	Ocupación del territorio															
			Contaminación															
	Biótico	Paisaje	Armonía con el paisaje															
	Social	Sociocultural	Empleo															
Recreacional	Gastronomía	Rentabilidad																

4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.

Evaluación método CRI en base a los componentes

Tabla 58. Evaluación Suelo

Evaluación componente Biofísico											
Subcomponente		C	N	X	U	MAG	E	G	VIA	SIG	Severidad o significancia
Suelo	Ocupación del territorio	+	0	5	0	7	5	0	6.32	AL	44.24
	Contaminación	-		2	5	3.8	2	5	3.69	BA	14.02

Tabla 59. Evaluación paisaje

Evaluación componente Biótico											
Subcomponente		C	N	X	U	MAG	E	G	VIA	SIG	Severidad o significancia
Paisaje	Armonía con el paisaje	+	10	5	5	6	5	5	4.93	ME	29.58

Tabla 60. Evaluación sociocultural

Evaluación componente Social											
Subcomponente		C	N	X	U	MAG	E	G	VIA	SIG	Severidad o significancia
Sociocultural	Empleo	+	7	5	2	5.2	2	2	3.95	BA	20.54

Tabla 61. Evaluación recreacional

Evaluación componente Recreacional											
Subcomponente		C	N	X	U	MAG	E	G	VIA	SIG	Severidad o significancia
Gastronomía	Rentabilidad	+	10	5	5	6	5	5	4.93	ME	29.58

Jerarquización de impactos ambientales

Se han tomado como referencia los resultados de los impactos generados que reflejan las tablas anteriores.

Tabla 62. Impactos ambientales

		Componente Ambiental	Factor afectado	VIA	SIG
Factores ambientales	Biofísico	Suelo	Ocupación del territorio	6.32	ALTO
	Biótico	Paisaje	Armonía con el paisaje	4.93	MEDIO
	Recreacional	Gastronomía	Rentabilidad	4.93	MEDIO
	Social	Sociocultural	Empleo	3.95	BAJO
	Biofísico	Suelo	Contaminación	(-) 3.69	BAJO

Plan de Manejo Ambiental

Tabla 63. Plan de Manejo Ambiental

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL						
Programa de Prevención y Mitigación de Impactos – Restaurante La Estación						
Medio potencialmente afectado	Componente ambiental	Impactos identificados	Medidas propuestas	Responsable	Etapas	Periodicidad
Biofísico	Suelo	Ocupación de territorio	-Establecer la distribución de los espacios para cada propósito. -Posibilidad de expansión del negocio con una ampliación de los espacios. -No exceder capacidad de carga adecuada de la propuesta actual.	Propietario	-Construcción -Operación	Permanente
		Contaminación	-Aplicar técnicas de restauración del suelo para devolverlo a su estado inicial. -Hacer uso específicamente del espacio destinado para la construcción del establecimiento -Aplicar buenas prácticas ambientales como: recolección y separación de residuos como son papel,	Arquitecto	-Construcción	Permanente

			plástico, material de construcción. -Plantar vegetación que evite la erosión del suelo.			
Biótico	Paisaje	Armonía con el paisaje	-Evitar la dispersión de desechos. -Plantar vegetación propia del lugar. -Decorar el lugar de forma que transmita armonía.	Gerente	-Operación	Permanente
Social	Sociocultural	Empleo	-Optar por contrataciones preferentemente de personas locales. -Comprar materia prima a productores de la zona. -Contratar personal ocasional o de medio tiempo de acuerdo a la demanda.	Gerente	-Construcción -Operación	Periódicamente
Recreacional	Gastronomía	Rentabilidad	-Mantener en un rango de precios competitivo y accesible. -Usar adecuadamente los recursos tales como materia prima. -Llevar un control financiero ajustado a la economía del establecimiento.	Gerente	-Operación	Permanente

Capítulo 5. Estudio Financiero

5.1 Inversiones y capital de trabajo

5.1.1 Capital de trabajo

Como se menciona en textos el capital de trabajo que se lo toma como referencia de activo corriente, ya que para el funcionamiento de un emprendimiento o negocio opere necesitara de recursos netamente económicos para la cancelación de servicios básicos, mano de obra e insumos y gastos extras.

En este caso para la determinar el capital de trabajo inicial se priorizo los 3 primeros meses de operación del emprendimiento con un consolidado total de \$8.415. El emprendimiento, al contar con el área física propia (terreno) no representa ningún tipo de gasto no obstante existen cinco necesidades prioritarias de dependencia para la operación del emprendimiento como; servicios básicos que involucran agua, luz, telefonía, internet y TV cable. los sueldos básicos del personal apegados a las normativas legales y benéficos de ley, indispensable la adquisición de materia prima de calidad para mejor beneficio de los productos finales, el GLP será el combustible más utilizado y, marketing y temas de publicidad en general como gasto prioritario para el posicionamiento y la exposición del establecimiento.

Figura 67. Presupuesto capital del trabajo

		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	TOTAL	TOTAL CONSOLIDADO	\$ 8.415,00
ARRIENDO								0		
SERVICIOS BÁSICOS									540	
	Agua	50	50	50				150		
	Electricidad	70	70	70				210		
	Internet	25	25	25				75		
	Tv Cable	35	35	35				105		
SUELDOS									5475	
	Chef ejecutivo	1	500	500	500			1500		
	Ayudante de cocina	1	425	425	425			1275		
	Meseros	2	600	600	600			1800		
	Cajero	1	300	300	300			900		
			1825							
MATERIAS PRIMAS									2100	
	VERDURAS		50	50	50			150		
	FRUTAS		50	50	50			150		
	LACTEOS		30	30	30			90		
	CEREALES		40	40	40			120		
	ACEITES		50	50	50			150		
	ALINIOS		20	20	20			60		
	ARINAS		10	10	10			30		
	CARNES Y MARISCOS		440	440	440			1320		
Combustibles										
	GAS		10	10	10			30		
GASTOS DE MÁRKETING									300	
	REDES SOCIALES/FLYERS		100	100	100			300		
								0		
								0		
								0		
								0		

5.1.2 Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital

Para el desarrollo del proyecto de acuerdo con el cálculo de activos la inversión inicial en su totalidad es de \$55,790, contando con un monto sumado entre activos y capital propio de \$31,000, teniendo así la necesidad de realizar un financiamiento de \$25,000 a través de la entidad financiera BanEcuador, misma que proporcionará el crédito empresarial a 9,76% a un plazo de 72 meses.

Figura 68. Financiamiento

Plazo	72
Monto	25.000
Tasa Anual	9,76%
Tasa Mensual	0,81%
Pago Mensual	\$460,13


5.2 Estados Financieros Proyectados

5.2.1 Balance de situación inicial

La consecución del proyecto “La Estación” representa un costo total de \$55.790, donde \$47.375 forman parte de activos fijo como son: la propiedad, construcción, mobiliario / equipo, gastos de instalación, equipo de cómputo y publicidad. Por otro lado, los \$8.415 restantes corresponden al activo circulante que siendo este el capital de trabajo proyectado para los tres primeros meses que el establecimiento entre en funcionamiento.

Así mismo, el préstamo necesario para el funcionamiento del emprendimiento forma parte del pasivo, siendo un monto de \$25,000. Finalmente, se cuenta con un patrimonio de \$31,000, de los cuales \$10.000 son un aporte en efectivo y el restante son bienes muebles e inmuebles como el terreno, que tiene una valoración de \$20.000.

Figura 69. Balance del proyecto

			RESTAURANTE TEMÁTICO "LA ESTACIÓN"		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2023		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$1.500	Proveedores		
BANCOS		\$6.915	Prestamo BanEcuador		\$24.790
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$8.415,00	Total Pasivo Circulante		\$24.790
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$20.000	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$16.300	Total Pasivo Circulante		\$0
Mobiliario y equipo		\$2.440			
Vehículos		\$0,00			
Maquinaria		\$5.955			
Equipos de cómputo		\$1.480,00			
Audio y video		\$1.150			
Otros		\$50			
Propaganda o Publicidad		\$0,00			
Total Activo Fijo		\$47.375			
Otros activos			PATRIMONIO		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$20.000
Derechos de marca de empresa			BIENES MUEBLES		\$1.000
Total Otros Activos		\$0	APORTE EN EFECTIVO		\$10.000
			Total Capital contable		\$31.000
					55,57%
SUMA DEL ACTIVO		\$55.790	SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$31.000
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$55.790
					100%

5.2.2 Tabla de amortización

El valor requerido para el financiamiento de este proyecto es de \$25.000; siendo posible obtenerlo a través de un crédito empresarial de BanEcuador el mis que proporciona el programa de crédito con un interés de 9,76% a un plazo de 72 meses (5 años), la tabla de amortización (Anexo 6) muestra que las cuotas mensuales se presentan en \$460,13.

5.2.3 Costo de capital

Para el cálculo del costo de capital se debe tomar en cuenta la inversión total que es de \$55,790 de esta inversión el 55.57% engloba a los activos además del capital propio siendo una cantidad total de \$31.000, así mismo el restante 44.43% del total corresponde al financiamiento por \$25.000 con un interés de 9,76%, mismo que se pretende realizar con la entidad financiera “BanEcuador”. Para el capital propio, se toma la tasa pasiva para estimar el costo de capital; con estos datos, la inversión total resulta con un costo del 7,95%.

Figura 70. Costo Capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL					
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA	COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	55790	100%		7,95%	7,95%
IMPUESTO A LA RENTA				0%	
CAPITAL PROPIO	31000	56%	6,50%	3,61%	
FINANCIAMIENTO	24790	44%	9,76%	4,34%	

5.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 5 años

Primer año

El emprendimiento "La Estación" ofrece un servicio de restauración en un entorno temático. En su menú, puedes encontrar una variedad de platos de gastronomía tradicional ecuatoriana. Además, ofrece una selección de bebidas y postres tradicionales de Ecuador, con precios que varían. Además de su servicio regular, el establecimiento también brinda la opción de reservar el espacio para eventos especiales.

Al proyectar los ingresos mensuales durante el primer año, se estimó un total de \$185,400, alcanzado mediante la venta de 3,900 unidades de productos al mes, manteniendo un ingreso constante de \$15,450 cada mes. Este cálculo se basa en el valor del producto final al consumidor y considera los precios de la competencia en el sector de alimentos y bebidas.

En cuanto a los gastos, se identifican varios elementos. En primer lugar, los costos de producción de los productos ofrecidos en el establecimiento, que son la principal fuente de ingresos. Además, se incluyen gastos adicionales necesarios para poner en marcha el proyecto, como costos de mantenimiento, sueldos y beneficios para el personal, pagos de impuestos y permisos de funcionamiento, así como gastos de publicidad, que abarcan marketing, difusión y la gestión de un sitio web y redes sociales. También se consideran los costos de servicios básicos estimados en \$180 mensuales y el valor mensual del préstamo de \$460,13.

El total de egresos anuales se calcula en \$142.679,45. En resumen, los ingresos proyectados para el primer año ascienden a \$185,400, mientras que los egresos suman \$142.679,45, lo que resulta en un flujo anual de \$42.720,55.

Figura 71. Flujo de caja

TOTAL EGRESOS	142679,45
FLUJO DE CAJA	42720,55
FLUJO ACUMULADO	42720,55

5.2.5 Análisis de Evaluación Financiera (VAN TIR)

Se realizó una proyección a 5 años, con la inversión total de \$55.790 misma que refleja un costo capital del 7,95%, dando como resultado que para el tercer año el valor total de la inversión será superado, teniendo una tasa de retorno de inversión del 76.64%, misma que es superior al porcentaje obtenido del costo capital, de esta forma se demuestra la rentabilidad del proyecto.

Figura 72. VAN y TIR

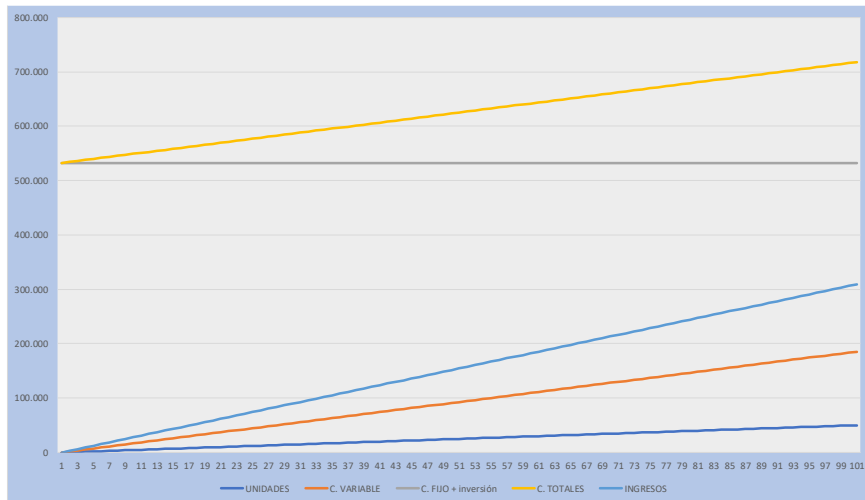
Incremento Anual	6,04%
Costo de Capital	7,95%
Inversión	55790
VAN	135210,21
TIR	76,64%

5.2.6 Punto de equilibrio

Como se ve en la figura 73, el proyecto alcanzará su punto de equilibrio en el tercer año de funcionamiento. Se determina un número total de unidades vendidas en 60.000 unidades comprendidas entre todos los productos establecidos, también el precio promedio ponderado se ubica en \$6.18, además el costo promedio ponderado será de \$3.71 y, finalmente; el margen de contribución ponderado en cuanto a los productos es de \$2.47.

Figura 73. Punto de equilibrio

AÑO ESTIMADO PUNTO EQUILIBRIO		3										
	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	Producto 5	Producto 6	Producto 7	Producto 8	Producto 9	Producto 10	Producto 11	
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	12.600	9.000	14.400	14.400	14.400	12.600	12.600	9.000	14.400	12.600	14.400	
TOTAL UNIDADES	90.000											
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	14,00%	10,00%	16,00%	16,00%	16,00%	14,00%	14,00%	10,00%	16,00%	14,00%	16,00%	
PRECIO VENTA UNITARIO	\$4	\$6	\$4	\$5	\$5	\$5	\$4	\$5	\$3	\$2	\$3	
COSTO VENTA UNITARIO	\$2,10	\$3,60	\$2,40	\$2,70	\$3,00	\$3,00	\$2,40	\$3,00	\$1,80	\$0,90	\$1,80	
PRECIO PROMEDIO PONDERADO	\$6,18											
COSTO PROMEDIO PONDERADO	\$3,71											
COSTO FIJO DEL PERÍODO	\$422.465											
INVERSIÓN	\$55.790											
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$1,40	\$2,40	\$1,60	\$1,80	\$2,00	\$2,00	\$1,60	\$2,00	\$1,20	\$0,60	\$1,20	
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO	\$2,47											
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	193.469											
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS	\$1.195.637											
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	27.086	19.347	30.955	30.955	30.955	27.086	27.086	19.347	30.955	27.086	30.955	
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / DOLARES	\$94.800	\$116.081	\$123.820	\$139.297	\$154.775	\$135.428	\$108.342	\$96.734	\$92.865	\$40.628	\$92.865	



Conclusiones

El estudio de factibilidad presentado arroja conclusiones positivas para la creación de un restaurante temático que ofrezca auténtica gastronomía tradicional ecuatoriana en la zona de la laguna de Yambo, ubicada en la parroquia Santa Lucía, del Cantón Salcedo, puesto que se presenta como alternativa para los potenciales clientes que se dirijan a esta ubicación en busca de una nueva experiencia en cuanto a infraestructura, pero conservando siempre un enfoque culinario tradicional. Este proyecto sería pionero en su tipo en esta región.

El modelo de negocio propuesto se cimenta como base para el presente proyecto, dando el punto de partida y sirviendo como guía para conocer cómo y hacia donde se quiere llegar con el restaurante dando por hecho que es una propuesta innovadora que fusiona la gastronomía tradicional con la experiencia de sumergirse en un entorno temático. Se establece como regla proporcionar un servicio de alta calidad y una ambientación atractiva. Para la producción de sus productos, se destaca la colaboración cercana con productores locales en la zona de Yambo. En cuanto a la gestión de ventas, se busca consolidarla a través de diversas plataformas, incluyendo WhatsApp, redes sociales, aplicaciones de entrega de alimentos y servicios de entrega a domicilio. Esto permitirá una comercialización eficiente y una excelente interacción con los clientes a través de una variedad de canales y medios.

El estudio de mercado realizado brinda datos que permiten conocer cual la capacidad de la oferta cercana a la zona donde se desarrolla este proyecto siendo seis establecimientos en funcionamiento donde se identifica una afluencia considerable de comensales, además del segmento de mercado manifestando que este está conformado por hombres y mujeres solteros y casados, de 21 a 35 años, de ocupación estudiantes y empleados públicos con ingresos de menos

de \$ 200 en caso de estudiantes y de \$ 401 a \$ 800 en caso de los empleados y, en base al análisis de resultados se estableció un total de 98.595 viajeros por turismo, siendo este el mercado meta.

El estudio técnico de la zona determinó una alta demanda de visitantes a la Laguna de Yambo lo que hace que los restaurantes no puedan satisfacer las necesidades de los comensales, por ende, su capacidad de carga se ve superada siendo este un factor favorable para la implementación de un nuevo restaurante en los alrededores, pues solo se sacia al 8.22% de los turistas dejando de lado al 91.78%, estos datos abren camino para la implementación de un nuevo establecimiento de restauración que contribuya a mejorar el porcentaje de clientes satisfechos.

El estudio organizacional determina la estructura operativa con la Gerencia a la cabeza teniendo como subordinados al Chef, Jefe de Meseros y Cajero y la organización administrativa con el propietario como eje principal del restaurante seguido de la Gerencia general y un escalón más abajo la Cocina, el Área de servicio y el Área de atención y cobro, así mismo se establece la temática de estación de tren para el restaurante aprovechando la ubicación del terreno junto a la vía férrea que circunvala la Laguna de Yambo y el significado de la misma que en su momento unió las regiones del Ecuador para ofrecer un menú variado con gastronomía tradicional del país, es así que se propone que el establecimiento cuente con una planta central de estilo rústico, tres comedores tipo vagón y un área al aire libre teniendo un aforo total de 72 personas.

A través de la Evaluación de Impacto Ambiental, se logró identificar los efectos del proyecto utilizando el método de Criterios Relevantes Integrados para las dos principales etapas: construcción y operación. El efecto principal identificado fue la contaminación del suelo de baja significancia en la etapa de construcción. Además, los resultados generales de la evaluación fueron favorables en términos de la sostenibilidad del proyecto en relación con el medio ambiente.

Finalmente, el estudio financiero reveló índices de factibilidad sólidos que respaldan la implementación del restaurante temático en la Laguna de Yambo. La inversión se calcula en \$55.790 comprendida entre activos fijos y circulante, misma se recupera en el segundo año de operación, alcanzando así el punto de equilibrio económico, además se establece el uso de un préstamo bancario de \$ 25.000. También el estudio financiero indica que anualmente se tendrá un flujo de caja de \$ 42.720,55 lo que indica un panorama financiero positivo y sustentable para el proyecto.

Recomendaciones

Dando como fin el presente trabajo de grado, se menciona tener claro el modelo de negocio al formar los objetivos determinados y estar en capacidad de redirigir en caso de estar alejándose de los mismos, al ofrecer el servicio de alimentación cabe mencionar la importancia de la capacitación de los colaboradores en cada área específica, se puede mencionar capacitaciones como: atención al cliente, BPM, manejos de recursos, sistemas de control FIFO en alimentos, etc.

MINTUR organismo concentrado en el desarrollo de la actividad turística en todas sus formas aporta con este tipo de capacitaciones, al ser un restaurante temático con infraestructura y decoración de temática específica resaltando valoración y caracterización de la variedad culinaria denota la diferencia entre la competencia potencial y no potencial ya que es clave para el buen desarrollo del establecimiento llegando a un número más amplio de consumidores potenciales que gustan de disfrutar nuevas experiencias.

Con el desarrollo de nuevas aplicaciones en un mundo globalizado se permiten un mayor acercamiento a clientes y futuros clientes, se habla de una profunda inversión en la implantación de apps para un manejo de datos de clientes para conocer, estudiar y resolver falencias y/o necesidades de los mismos, entender y proveer de un valor agregado sin olvidar que lo principal es brindar un excelente servicio de alimentación con el fin de valorar aspectos culturales.

De igual manera, al contar con planes y procesos dentro del desarrollo de las actividades estas no serán estáticos cambiarán por factores de necesidad, circunstancias e interés: es por demás decir que es de vital importancia un frecuente seguimiento de los avances y la eficacia de los mismo, por ejemplo, si las estrategias para vender más han sido eficientes, o si por el contrario es necesario reformularlas para obtener mejores resultados.

Finalmente, es necesario recalcar el control de ingresos y egresos en ciertos periodos con base a los objetivos de ventas para la concepción del punto de equilibrio, con arqueos de caja para el control de unidades por ingresos para corroborar si el emprendimiento es rentable y factible.

Bibliografía

Bibliografía

- Campaña, B., & Roman, B. (2021). *Análisis de la identidad del cantón Salcedo para la promoción turística de la marca cantonal*. [Tesis de pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE].
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Atención Primaria*, 527-538.
- Chachalo, K. (2023). *RESTAURANTE TEMÁTICO DE HORROR BASADO EN MITOS Y LEYENDAS EN LA CIUDAD DE QUITO*. Ibarra: UTN.
- Coria, D. (2008). El estudio de impacto ambiental: características y metodologías. *Invenio*, 11(20), 125–135. <https://doi.org/10.1145/3493425.3502750>
- CELEC EPTRANSELECTRIC. (Octubre de 2010). ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL DEFINITIVO PARA LA CONSTRUCCIÓN Y OPERACIÓN DE LA SUBESTACIÓN (S/E) EL INGA. Celec.gob.ec: https://www.celec.gob.ec/transelectric/images/stories/baners_home/EIA/cap1_se_el_inga.pdf
- Ecuador, G. (2008). *informe sobre el estado del medio ambiente*. Ministerio del ambiente.
- Figueroa, D. M. R., Alayza, M., María, R., & Puente, T. (2020). *El método de investigación documental. Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación*. Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://www.researchgate.net/publication/343426365>
- Flores, G., Cesar, J., Montero, C., Hortencia, B., Lozano, L., & Lima -Perú, T. E. (2023). *La*

- gerencia financiera y la inclusión social. El caso de proyectos de alumnos emprendedores en la Universidad Nacional del Callao, 2021* [[Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]]. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/6709>
- Garzón, A., & Rodríguez, J. (2013). *Diseño de un lodge basado en la nacionalidad chachi para contribuir al fortalecimiento del turismo local en el recinto la nueva esperanza, Puerto Quito, Pichincha, Ecuador*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Norte].
- Gillani, A., Kutaula, S., Leonidou, L. C., & Christodoulides, P. (2021). The Impact of Proximity on Consumer Fair Trade Engagement and Purchasing Behavior: The Moderating Role of Empathic Concern and Hypocrisy. *Journal of Business Ethics*, 169(3), 557–577. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04278-6>
- Hernández, Ó. (2016). *Estadística elemental para Ciencias Sociales*. Librería UCR. <https://editorial.ucr.ac.cr/ciencias-sociales/item/2405-estadistica-elemental-para-ciencias-sociales.html>
- Lucana, C. A. (2019). *Modelado De Impactos Ambientales Con Métodos Numéricos En Proyectos De Infraestructura* [[Tesis de pregrado, Universidad Católica del Perú]]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/14536>
- Malegarie, J., & Fernández, P. (2019). Técnicas y tecnologías: encuestas vía web, desafíos metodológicos en el diseño, campo y análisis. In *Mesa Metodología de la investigación sociológica y epistemología. XIII Jornadas de Sociología*. Universidad de Buenos Aires. <https://cdsa.academica.org/000-023/12.pdf>
- Martínez, C., Morales, F., & Reyes, G. (2019). *Estudio de evaluación de impacto ambiental en la facultad de ingeniería y arquitectura de la universidad de el salvador*. [Tesis de pregrado, Univesidad del Salvador].

- MINTUR. (2020). MANUAL DE SEÑALETICA TURISTICA. ECUADOR _ MANUAL DE SEÑALETICA TURISTICA, 14.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and ... - Alexander Osterwalder, Yves Pigneur - Google Libros. *African Journal of Business Management*, 5(7). <http://www.academicjournals.org/AJBM>
- Pastor, B. (2019). Población y muestra. *Pueblo Continente*, 30(1), 245–246. <http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET. Revista Electrónica de Veterinaria*, 16(1), 1–14. <https://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf>
- Sahukhal, R., & Bajracharya, T. R. (2019). Modeling water resources under competing demands for sustainable development: A case study of Kaligandaki Gorge Hydropower Project in Nepal. *Water Science and Engineering*, 12(1), 19–26. <https://doi.org/10.1016/J.WSE.2019.03.002>
- Santarrone, M. (2022). *Población estadística . Propuesta de enseñanza para favorecer el aprendizaje de las ideas fundamentales de la inferencia estadística paramétrica en carreras de grado en Ciencias Económicas* . [[Tesis de maestría, Universidad Nacional del Litoral]]. <https://hdl.handle.net/11185/7221>
- Singh, A., Abid, M., Bansal, S., Tyagi, L., & Kumar, T. (2020). Fifo & Lifo in green supply chain inventory model of hazardous substance components industry with storage using simulated annealing. *JOURNAL Advances in Mathematics: Scientific Journal*, 9(7), 1857–8438. <https://doi.org/10.37418/amsj.9.7.79>
- Yancapallo, M., & Umiyauri, Y. (2021). *Competencias genéricas de emprendimiento en los*

estudiantes universitarios de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, 2018-II [[Tesis de pregrado, Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]].
<http://repositorio.unamad.edu.pe/handle/20.500.14070/666>

Anexos

Anexo 1. Árbol de problemas

Existencia de nuevos establecimientos que presten servicios de alimentación en los alrededores de la Laguna de Yambo.

Disminuido número de visitantes al lugar

Existe un reducido número de personas interesadas en las actividades turísticas

Las personas no ven la necesidad de invertir en actividades turísticas en el entorno de Yambo

Disminuido número de emprendimientos en el sector de la Laguna de Yambo

Limitados servicios de alimentación en los alrededores de la Laguna de Yambo

Infraestructura turística relativamente nueva que facilite el tránsito de visitantes al lugar

La población local radica en su economía fuera de los servicios turísticos

La economía de los habitantes locales es reducida y cubre solo las necesidades básicas

Escaso apoyo de parte de entidades públicas y financieras para servicios turísticos

Anexo 2. Encuesta



ENCUESTA

Universidad Técnica del Norte
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera de Turismo

Determinar el segmento de mercado preferencia de consumo para la implementación de Restaurante Temático en el Sector de Yambo.

1. Sexo

Masculino

Femenino

LGBTIQ

2. Edad

15 - 20

21 - 25

26 – 35

36 - 50

51 - 65

Más de 65

3. Lugar de Residencia

Salcedo (Alrededores) Ambato

Latacunga

Pujilí

Baños de Agua Santa

Quito

Otra Provincia

Extranjero

4. Estado Civil

Soltero/a

Casado/a

Viudo/a

Divorciado/a

Unión Libre

5. Ocupación Empleado público Empleado privado

Emprendedor independiente

Empresario

Artesano

Estudiante

Chofer

Quehaceres domésticos

Agricultor/Ganadero

6. Nivel de Ingresos

Dependencia familiar

Menos de 200 USD

201 - 400 USD

401 - 800 USD

801 - 1500 USD

Más de 1500 USD

7. ¿En qué tipo de establecimiento de alimentos y bebidas consumió la última vez que lo hizo?

Restaurante de menús diarios

Restaurante de comida rápida (hamburguesas, pollos)

Chifas/comida china

Caferías

Bares

Restaurante de comida tradicional

No suelo consumir en establecimientos de alimentos y bebidas

8. ¿Durante el presente mes cuántas veces ha consumido productos de algún Restaurante en un entorno rural?

No he consumido productos de restaurantes en un entorno rural Una vez

Dos veces

Tres veces

Cuatro veces

Cinco o más veces

9. ¿Qué tipos de Platos consumió la última vez que estuvo en un Restaurante?

Platos a la Carta

Comida Tradicional

Comida Rápida

Asados

Otro

10. ¿Visitaría usted un Restaurante Temático que ofrezca Comida Tradicional?

Si

No

11. ¿De la comida tradicional ecuatoriana cuál de ellas le gustaría encontrar en un Restaurante Temático?

Platos tradicionales de la Costa

Platos tradicionales de la Sierra

Platos tradicionales del Oriente

12. ¿Qué precio considera adecuado a pagar por los platos tradicionales mencionados en la pregunta anterior?

\$3.50

\$4.00

\$5.00

\$7.00

13. ¿Qué platos tradicionales consumiría en un restaurante temático?

Sopas

Arroces

Ceviches

Asados

Postres Tradicionales

Bebidas

14. ¿Con quién visito un Restaurante la última vez que lo hizo?

Solo

En familia

En pareja

Amigos

15. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera son los más Importantes a tomar en cuenta en un Restaurante para Satisfacer sus Expectativas?

Infraestructura

Espacios Abiertos

Vistas paisajísticas

Calidad de productos

Accesibilidad de precios

Calidad de atención al cliente

Otro

16. ¿Cuánto fue el tiempo de permanencia en un Restaurante la última vez visito uno?

Menos de 25 minutos

Mas de 30 minutos

Entre 30 y 40 minutos

Mas de 50 minutos

17. De un valor del 1 al 5 que tan Interesante le parece un restaurante temático que dé a conocer las expresiones Orales de la Laguna de Yambo, espacios con letras corpóreas y estatuas para fotografía, siendo 5 muy interesante, 4 interesante, 3 medio interesante, 2 poco interesante, 1 nada interesante.

1 2 3 4 5

18. ¿Conoce usted Leyendas, Mitos o sobre hechos paranormales sobre la Laguna de

Yambo?

Si he escuchado

He escuchado un poco.

Si conozco algunas.

Desconozco

19. ¿Considera adecuado un Restaurante en donde pueda dar a conocer mitos/leyendas por medio de; decoración, cuadros con leyendas e imágenes, gastronomía, infraestructura, historia, ¿sobre la Laguna de Yambo?

Considero muy relevante para poder conocer expresiones orales.

Considero algo innovador para un restaurante.

Considero que no será apropiado.

Anexo 3 Evaluación de requisitos generales obligatorios para categorización de restaurantes.

ANEXO D. REQUISITOS GENERALES OBLIGATORIOS PARA LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS – RESTAURANTES			
No.	REQUISITOS	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Tener acceso universal el establecimiento e instalaciones, con facilidades para el uso de personas con discapacidad. (En caso de establecimientos existentes contar con ayudas técnicas o servicio personalizado que haya aprobado el curso de atención al turista con discapacidades emitido por la autoridad competente.		
2	Contar con manejo de desperdicios en contenedores con tapa, identificados por tipo de desperdicio.		
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.		
4	Identificar y señalar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras según las disposiciones de la autoridad competente.		
Debe contar con el siguiente equipamiento en áreas de preparación de alimentos:			
5	a. Dispensador de jabón con este elemento disponible.		
	b. Dispensador de toallas de mano desechables con este elemento disponible.		
	c. Dispensador de desinfectante con este elemento disponible.		
6	Contar con suministro de agua permanente en el establecimiento.		
7	Debe contar con alarma de incendios y/o detector de humo.		
8	Los alimentos, deben estar sobre estanterías o repisas limpias y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso (no se permite el uso de madera, no oxidadas), deben ser de material de fácil limpieza.		
9	La vajilla, cristalería, cubertería e implementos de cocina deben estar sobre estanterías o repisas en buenas condiciones, limpios y a una distancia mínima de 15 cm. del piso, 50 cm. entre hileras y 15 cm. de la pared. No deben estar en contacto con el piso.		
10	Exhibir en un lugar visible al consumidor el aforo permitido en el establecimiento.		
11	Debe contar con sumideros en áreas de preparación de alimentos.		
12	Debe contar con un equipo que garantice la extracción de humos y olores de la zona de cocción.		
12	Debe contar con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente.		
	Nota: se exceptúa para los establecimientos que compartan baños		
14	Contar con menú de alimentos y bebidas que incluya precio con impuestos, exhibidos al público y legibles.		

15	Contar con personal uniformado de servicio: no uso de joyas, uso de uniforme limpio, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas.		
16	Personal que manipula alimentos: no uso de joyas, uñas cortas, limpias, sin pintura de uñas, uniforme limpio y sin maquillaje.		
17	El personal del establecimiento debe usar protector para el cabello.		
18	Contar con un botiquín de primeros auxilios con contenido básico, según lo establecido en este reglamento.		
19	Debe mostrar registros visibles de limpieza diaria de baños y/o baterías sanitarias.		
20	Los horarios de atención del establecimiento deben estar exhibidos en un lugar visible al consumidor.		
21	Debe contar con bodega (s) y/o compartimentos específicos para el almacenamiento de utilería, productos de limpieza y menaje.		
22	Debe contar con vajilla, cubiertos y cristalería en óptimas condiciones (que no estén rotas, despostilladas, sin signos de deterioro, entre otras).		
23	Contar con un registro documental de control de plagas.		
24	Debe contar con pisos o elementos antideslizantes en el área de producción (puede aplicar el uso de moquetas antideslizantes).		
25	Todas las áreas de almacenamiento deben mantenerse limpias, y protegidas contra ingreso de roedores, animales y personas ajenas al servicio.		
26	Deben contar con trampa de grasa en el área de producción y área de lavado de vajilla.		
27	El personal que manipula alimentos de manera directa e indirecta debe contar con un certificado médico actualizado que le habilita poder trabajar en dicha actividad, conforme a lo requerido por la autoridad competente.		
28	Debe contar con un informativo del correcto lavado de manos en el área de producción.		
29	Debe exhibir en un lugar visible al consumidor el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.		
30	Focos y lámparas de techo en áreas de producción deben aislarse con protectores en caso de rotura.		
31	Las superficies donde se preparan los alimentos son de materiales de fácil limpieza y lavables, resistentes a la corrosión, sin daños evidentes. Está prohibido el uso de madera y cerámica.		
32	Contar con salida(s) de emergencia identificadas y habilitadas.		
33	Debe contar con suministro continuo de energía eléctrica.		
34	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con la hora de alto tránsito de los clientes.		
35	El personal de servicio conoce el detalle del contenido de la carta.		

36	El personal de cocina conoce el detalle de la preparación de los platos que ofrece el establecimiento.		
37	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		
38	Contar con un registro quincenal de limpieza profunda del establecimiento turístico		

Anexo 4 Requisitos de Categorización.

ANEXO D.1. REQUISITOS DE CATEGORIZACIÓN PARA RESTAURANTES				
No.	REQUISITOS	SI /NO CUMPLE	PUNTAJE	TIPO DE REQUISITO
1	Cuenta con entrada de consumidores independiente de la del personal de servicio.		2	Infraestructura
2	Cuenta con guardarropa y/o percheros para los consumidores.		4	Servicio
3	Cuenta con vestíbulo o sala de espera, independiente del comedor del restaurante.		2	Infraestructura
4	Cuenta con zona específica para bar.		2	Infraestructura
5	Cuenta con calefacción y/o aire acondicionado en área de comedor.		4	Servicio
6	Cuenta con menú en idioma extranjero.		4	Servicio
7	Cuenta con menú de vinos nacionales e importados, vinos espumosos, licores, aguardientes y cervezas.		4	Servicio
8	Cuenta con cava de vinos.		4	Servicio
9	Cuenta con jefe de comedor con conocimientos de un idioma extranjero.		4	Servicio
10	Cuenta con somellier o persona con capacidad de explicar el menú de vinos y licores.		4	Servicio
11	Cuenta con parqueadero, propio o contratado, y/o servicio de valet parking.		4	Servicio
12	Cuenta con mecanismos informativos que contengan advertencias de alimentos que generan intolerancias o alergias.		4	Servicio
13	Cuenta con servicio de reserva de mesa.		4	Servicio
14	Cuenta con anfitrión para recepción de consumidores.		4	Servicio
15	Cuenta con una póliza de responsabilidad civil.		4	Servicio
16	Cuenta con un instrumento para que los consumidores puedan valorar la satisfacción del servicio prestado.		4	Servicio

17	Cuenta con un listado de compañías de taxis de la zona y/o aplicaciones móviles para otorgar el servicio de taxi.		4	Servicio
18	Cuenta con personal de seguridad capacitado y certificado debidamente identificado.		4	Servicio
19	Los baños de hombres y mujeres cuentan con cambiadores para bebés en los dos géneros.		4	Servicio
20	Cuenta con letreros que promuevan el uso eficiente del agua y energía eléctrica en el establecimiento.		4	Servicio
21	Cuenta con un 10% mínimo del personal que acredita el nivel A2 (nivel básico) de conocimiento de un idioma extranjero de acuerdo al Marco Común Europeo para las lenguas.		4	Servicio
22	Cuenta con vestuarios y servicios higiénicos independientes para personal de servicio. Este lugar debe estar iluminado, ventilado y limpio.		2	Infraestructura
23	Cuenta con sistema computarizado de facturación.		4	Servicio
24	Cuenta con un proceso de almacenamiento e identificación de productos o utiliza el manejo de alimentos mediante el principio PEPS y PCPS.		6	BPM
25	Cuenta con un plan de registro de temperaturas.		6	BPM
26	Cuenta con sistemas de purificación de agua en áreas de preparación de alimentos.		6	BPM
27	Cuenta con fuentes de abastecimiento alternativo de energía eléctrica en caso de necesitarlo.		4	Servicio
28	En el área de producción, cuenta al menos con un lavadero exclusivamente para manos y otro para vajilla y menaje de cocina.		6	BPM
29	Cuenta con un Licenciado en Gastronomía debidamente reconocido por la autoridad competente.		4	Servicio
30	Cuenta con certificación de BPM o HACCP por una empresa calificada.		6	BPM
31	Cuenta con área de pescadería.		6	BPM
32	Cuenta con área de carnicería.		6	BPM
33	Cuenta con área de panadería o pastelería.		6	BPM
34	Cuenta con área separada de cocina caliente y cocina fría.		6	BPM
35	Cuenta con cámaras de refrigeración.		6	BPM
36	Cuenta con cámaras de congelación.		6	BPM
37	Cuenta con facilidades de pago electrónico (transferencia, pay pal, tarjeta de débito/ crédito y/o dinero electrónico).		4	Servicio
	Debe contar con instrumentos de control de acidez del aceite.			

38	Respetando los parámetros del ARCSA en relación de uso del aceite		6	BPM
39	Cuenta con un plan maestro de limpieza.		6	BPM
40	Las áreas de servicio cuentan con sistemas de ventilación natural y/o forzada que permita el flujo del aire y la no acumulación de olores.		4	Servicio
41	Cuenta con vestíbulo o sala de espera, en el cual podrá instalarse un bar independiente del comedor del restaurante		4	Servicio

Anexo 5. Certificación Abstract



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
Acreditada Resolución Nro. 173-SE-33-CACES-2020
EMPRESA PÚBLICA "LA UEMEPRENDE E.P."



Abstract

The feasibility study for the implementation of the Thematic Restaurant of Traditional Gastronomy is presented as an alternative for the tasting of traditional gastronomy; it will be located in Salcedo City, Brisas de Yambo sector. It is an establishment that arises with the objective of enjoying a train trip without moving, unforgettable and traditional preparations of the three Ecuadorian regions, with the purpose of keeping alive the gastronomic richness in an environment that gives relevance to cultural expressions, within wagons-shaped dining rooms. The idea is to take advantage of the scenic beauty and infrastructure with a sustainable establishment with the least possible environmental impact when carrying out its activities, considering that other nearby establishments do not have these characteristics and themes. A survey was used to determine supply and demand, addressing socioeconomic factors, competition, and gastronomic preferences for the preparation of the menu, which consists of explicit, emblematic and exotic dishes. Likewise, a technical study of the area for the restaurant institution was carried out, allowing to establish: the engineering of the project; plant distribution by appropriate areas to consolidate the theme; description of the processes together with the administrative, organizational and production structure for the direction of the project. The environmental impact assessment identified the levels of impact of the project with minimal contamination of the environment, making the study feasible and providing guidelines to continue developing the activity without negative impacts on the environment. Similarly, the financial study established an investment amount of \$55,790, which will reach its break-even point in the third year, showing that the project is feasible in its entirety.

Keywords: study, gastronomy, infrastructure, thematic, thematic.

Reviewed by:
MSc. Luis Paspuezán Soto
CAPACITADOR-CAI
Octubre 3, 2023

Anexo 6. Tabla de Amortización

Plazo Meses	Saldo insoluto	Pago mensual total	Capital	Intereses
1	\$24.743,21	\$460,13	\$256,79	203,33
2	\$24.484,33	\$460,13	\$258,88	201,24
3	\$24.223,34	\$460,13	\$260,99	199,14
4	\$23.960,23	\$460,13	\$263,11	197,02
5	\$23.694,98	\$460,13	\$265,25	194,88
6	\$23.427,57	\$460,13	\$267,41	192,72
7	\$23.157,99	\$460,13	\$269,58	190,54
8	\$22.886,22	\$460,13	\$271,77	188,35
9	\$22.612,23	\$460,13	\$273,98	186,14
10	\$22.336,02	\$460,13	\$276,21	183,91
11	\$22.057,56	\$460,13	\$278,46	181,67
12	\$21.776,84	\$460,13	\$280,72	179,40
13	\$21.493,83	\$460,13	\$283,01	177,12
14	\$21.208,52	\$460,13	\$285,31	174,82
15	\$20.920,89	\$460,13	\$287,63	172,50
16	\$20.630,92	\$460,13	\$289,97	170,16
17	\$20.338,59	\$460,13	\$292,33	167,80
18	\$20.043,89	\$460,13	\$294,71	165,42
19	\$19.746,78	\$460,13	\$297,10	163,02
20	\$19.447,26	\$460,13	\$299,52	160,61
21	\$19.145,31	\$460,13	\$301,95	158,17
22	\$18.840,90	\$460,13	\$304,41	155,72
23	\$18.534,01	\$460,13	\$306,89	153,24
24	\$18.224,63	\$460,13	\$309,38	150,74
25	\$17.912,73	\$460,13	\$311,90	148,23
26	\$17.598,29	\$460,13	\$314,44	145,69
27	\$17.281,30	\$460,13	\$316,99	143,13
28	\$16.961,73	\$460,13	\$319,57	140,55
29	\$16.639,56	\$460,13	\$322,17	137,96
30	\$16.314,77	\$460,13	\$324,79	135,34
31	\$15.987,34	\$460,13	\$327,43	132,69
32	\$15.657,24	\$460,13	\$330,10	130,03
33	\$15.324,46	\$460,13	\$332,78	127,35
34	\$14.988,97	\$460,13	\$335,49	124,64
35	\$14.650,76	\$460,13	\$338,22	121,91
36	\$14.309,79	\$460,13	\$340,97	119,16
37	\$13.966,05	\$460,13	\$343,74	116,39
38	\$13.619,52	\$460,13	\$346,54	113,59
39	\$13.270,16	\$460,13	\$349,35	110,77
40	\$12.917,97	\$460,13	\$352,20	107,93
41	\$12.562,91	\$460,13	\$355,06	105,07
42	\$12.204,96	\$460,13	\$357,95	102,18
43	\$11.844,10	\$460,13	\$360,86	99,27
44	\$11.480,31	\$460,13	\$363,79	96,33
45	\$11.113,55	\$460,13	\$366,75	93,37
46	\$10.743,82	\$460,13	\$369,74	90,39
47	\$10.371,07	\$460,13	\$372,74	87,38
48	\$9.995,30	\$460,13	\$375,77	84,35
49	\$9.616,47	\$460,13	\$378,83	81,30
50	\$9.234,56	\$460,13	\$381,91	78,21
51	\$8.849,54	\$460,13	\$385,02	75,11
52	\$8.461,39	\$460,13	\$388,15	71,98
53	\$8.070,08	\$460,13	\$391,31	68,82
54	\$7.675,59	\$460,13	\$394,49	65,64
55	\$7.277,90	\$460,13	\$397,70	62,43
56	\$6.876,96	\$460,13	\$400,93	59,19
57	\$6.472,77	\$460,13	\$404,19	55,93
58	\$6.065,29	\$460,13	\$407,48	52,65
59	\$5.654,49	\$460,13	\$410,79	49,33
60	\$5.240,36	\$460,13	\$414,14	45,99
61	\$4.822,85	\$460,13	\$417,50	42,62
62	\$4.401,95	\$460,13	\$420,90	39,23
63	\$3.977,63	\$460,13	\$424,32	35,80
64	\$3.549,86	\$460,13	\$427,77	32,35
65	\$3.118,60	\$460,13	\$431,25	28,87
66	\$2.683,84	\$460,13	\$434,76	25,36
67	\$2.245,54	\$460,13	\$438,30	21,83
68	\$1.803,68	\$460,13	\$441,86	18,26
69	\$1.358,22	\$460,13	\$445,46	14,67
70	\$909,15	\$460,13	\$449,08	11,05
71	\$456,41	\$460,13	\$452,73	7,39
72	\$0,00	\$460,13	\$456,41	3,71