



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Ingenieras Comerciales

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comidas típicas ancestrales en el Cantón Penipe, Parroquia el Altar, Comuna Palictahua, periodo 2013”.

Silvia Karina Centeno Sánchez

Johanna Verónica Medina Villavicencio

Riobamba – Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificó que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. MBA Rodrigo Moreno Álvarez
Director de Tesis

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE AUTORÍA

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

Silvia Karina Centeno Sánchez

Johanna Verónica Medina Villavicencio

DEDICATORIA

A Dios por ser mi creador, a mis padres por ser mis guías que son su esfuerzo, sacrificio e incondicional apoyo me dieron los instrumentos necesarios para superarme y alcanzar la tan anhelada meta de ser profesional.

Silvia Karina Centeno Sánchez

Todo el esfuerzo depositado para la realización de este proyecto, se lo dedico a las personas más maravillosas que tengo y tuve a mi lado mis Padres Serafín y Semira, mis hermanas, y en especial a mi segunda madre Mi Abuelita Imelda (+), quienes me han brindado siempre todo su apoyo y entrega a lo largo de mi vida. Gracias por haberme dado el mejor ejemplo a seguir y por llenar cada día de mi existencia de amor y felicidad.

Johanna Verónica Medina Villavicencio

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi más profundo agradecimiento a todas aquellas personas que de una u otra forma me ayudaron a alcanzar esta meta, es así que debo decir:

Gracias Dios mío por haberme otorgado la salud, fuerza y fe necesaria para no desmayar en el camino.

Gracias queridos padres por su apoyo y comprensión, por haber tolerado mi cansancio, mi mal genio, por haberse alegrado con mis triunfos y haber llorado en mis fracasos, por su compañía en mis largas noches de desvelo, cuando lo único que buscaba era cumplir con mis responsabilidades.

Gracias queridos profesores, a quienes considero mis amigos y a quienes debo lo que he logrado aprender durante estos cinco años de formación profesional ya que de ustedes no solo recibí conocimientos, sino también consejos, experiencias y en muchos casos reconocimiento.

Silvia Karina Centeno Sánchez

El agradecimiento de mi tesis principal es a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante. A nuestros tutores Ing. Rodrigo Moreno e Ing. Norberto Morales por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia El Altar por toda la ayuda y colaboración prestada para el desarrollo efectivo de este proyecto, a mi amiga y compañera Silvia por todo su apoyo y comprensión.

Johanna Verónica Medina Villavicencio

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto busca dar viabilidad a la idea de emprender un restaurante de comidas típicas ancestrales, ubicándolo en la Comuna Palictahua, Cantón Penipe; de esta manera contribuir al desarrollo turístico y económico del sector.

Siempre que exista la necesidad humana de un bien o un servicio habrá la necesidad de invertir, hacerlo es la única forma de producir dicho bien o servicio.

Luego de determinar la necesidad existente se ha decidido elaborar un proyecto de factibilidad, en la que responderá de forma inmediata a las demandas que el mismo nos exige, por lo cual se realizara un estudio de mercado, técnico, impacto ambiental, administrativo legal y financiero; los mismos que nos ayudarán a determinar su factibilidad.

El proyecto que se describirá a continuación se lo ha elaborado, pensando en las necesidades del consumidor ecuatoriano y extranjero, debido a que en el cantón Penipe no existen muchos restaurantes especializados en comida típica ancestral, considerando que es un pueblo que valora y busca constantemente la recuperación de sus más íntimas tradiciones y costumbres ancestrales; además lucha por la superación económica y social, ya que el deterioro constante que sufre por encontrarse en las faldas del volcán Tungurahua no le han permitido este desarrollo.

El proyecto está orientado a satisfacer a aquellas personas que gustan de la comida típica ancestral, con un servicio acorde a las costumbres, tanto en sabor, presentación y con un equilibrio nutricional con un servicio de primera.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Certificación del tribunal	I
Certificado de autoría	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV
Introducción	V
Índice de cuadros	X
Índice de figuras	XII
Índice de gráficos	XIII
Índice de anexos	XIII
CAPÍTULO I	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2. Objetivos	1
1.2.1 Objetivo general	1
1.2.2 Objetivo específicos	2
1.3 Justificación del problema	2
1.4. Marco teórico	3
1.4.1. Generalidades	3
1.4.2. Turismo	5
1.5 Marco conceptual	18
CAPÍTULO II	23
Estudio de mercado	23

2.1. Objetivos del estudio de mercado.....	23
2.2 Procesos de investigación de mercado	23
2.3 Técnicas de investigación o información	24
2.4 Segmentación de mercado	24
2.5 Determinación de la muestra	24
2.6. Definición del producto o servicio	26
2.6.1 Calidad nutricional	26
2.6.2 Calidad en el servicio	28
2.7. Análisis de proyección de la demanda y oferta.....	29
2.7.1 Análisis de la demanda	29
2.7.2. Análisis de la oferta.....	31
2.7.3. Proyección de la oferta	31
2.7.4 Demanda insatisfecha	32
2.7.5. Análisis de comercialización	33
CAPÍTULO III.....	37
Estudio técnico	37
3.1 Objetivo el estudio técnico	37
3.2. Localización del proyecto.....	37
3.2.1 Macro localización	37
3.2.2 Micro localización.....	38
3.2.3. Determinación del tamaño del proyecto.....	39
3.3. Ingeniería del proyecto	41
3.3.1. Infraestructura física de la empresa.....	41

3.4. Análisis de precios	57
3.4.1 Fijación de precios	58
CAPITULO IV	63
Estudio del impacto ambiental	63
4.1. Paisaje natural	63
4.1.1 Formaciones ecológicas y ocupación del territorio	63
4.1.2 Cobertura vegetal natural y fauna.....	65
4.2. Problemática ambiental	66
4.3 Informe preventivo	67
CAPITULO V	69
Estudio administrativo legal	69
5.1 Objetivo.....	69
5.2 Aspectos administrativos	69
5.3 Organigrama de la empresa	71
5.3.1 Descripción de funciones.....	72
5.4 Organización de la empresa	78
5.4.1. Reglamento interno de la organización.....	78
5.4.2 Conformación de la empresa	79
CAPITULO VI	81
Estudio financiero.....	81
6.1. Costos del proyecto	81
6.1.1 Inversiones.....	81

6.1.2 Ingresos	85
6.1.3 Egresos.....	87
6.1.4. Estados financieros.....	92
6.1.5. Punto de equilibrio	96
CAPITULO VII	97
Evaluación económica – financiera	97
7.1. Evaluación económica	97
7.1.1 Valor actual neto (van o vnp)	97
7.1.2 Tasa interna de retorno.....	100
7.1.3 Relación costo beneficio	101
7.1.4 Periodo de recuperación de la inversión	101
7.2. Evaluación financiera.....	103
7.2.1. Razones de liquidez.....	103
7.2.2. Razones de rentabilidad	103
7.2.3. Razones de endeudamiento	104
CAPITULO VIII	106
Conclusiones y recomendaciones	106
8.1 CONCLUSIONES	106
8.2 RECOMENDACIONES.....	107
RESUMEN EJECUTIVO.....	108
SUMMARY	109
BIBLIOGRAFÍA	110
ANEXOS.....	112

ÍNDICE DE CUADROS

No.	Título	Pág.
1	Atractivos turísticos naturales del Cantón Penipe	9
2	Atractivos turísticos culturales del Cantón Penipe	11
3	Matriz FODA de los atractivos turísticos	12
4	Establecimientos que prestan el servicio de alimentación y alojamiento	13
5	Demanda de platos típicos	30
6	Proyección de la demanda	30
7	Oferta de platos típicos de los diferentes restaurantes del Cantón Penipe.	31
8	Proyección de la oferta	32
9	Demanda insatisfecha	32
10	Plan estratégico de marketing para la etapa de crecimiento.	36
11	Producción de platos típicos	50
12	Flujo de producción papas con cuy	51
13	Flujo de producción papas con conejo	51
14	Flujo de producción locro de cuy	51
15	Flujo de producción caldo de gallina	52
16	Flujo de producción chicha de jora	52
17	Requerimiento de materia prima directa e insumos	53
18	Requerimiento de materiales de limpieza	54
19	Requerimiento de muebles y enseres	54
20	Requerimiento de muebles de oficina	55
21	Requerimiento de equipo de oficina	55
22	Requerimiento equipo de cocina	55

23	Requerimiento equipo de cómputo	56
24	Requerimiento menaje de cocina	56
25	Requerimiento de personal administrativo	57
26	Requerimiento personal de producción y comercialización	57
27	Materia prima directa	58
28	Mano de obra directa	59
29	Costos indirectos de fabricación	59- 60
30	Precio de venta del plato papas con cuy	60
31	Precio de venta del plato papas con conejo	61
32	Precio de venta del plato caldo de gallina	61
33	Precio de venta del plato locro de cuy	62
34	Precio de venta de la chicha de jora	62
35	Flora y fauna del Cantón Penipe	65-66
36	Inversión fija intangible	81
37	Inversión fija tangible	82
38	Presupuesto mano de obra construcción	83
39	Presupuesto obras civiles	83
40	Presupuesto de imprevistos	84
41	Presupuesto de capital de trabajo	84
42	Inversión total del proyecto	84
43	Financiamiento	85
44	Flujo de ventas del plato papas con cuy	86
45	Flujo de ventas del plato papas con conejo	86
46	Flujo de ventas del plato locro de cuy	86
47	Flujo de ventas del plato caldo de gallina	87
48	Flujo de ventas chicha de jora	87
49	Materia prima para el plato papas con cuy	88
50	Materia prima para el plato papas con conejo	88
51	Materia prima para el plato locro de cuy	88

52	Materia prima para el caldo de gallina	89
53	Materia prima para la bebida chicha de jora	89
54	Insumos para el plato papas con cuy	89
55	Insumos para el plato papas con conejo	90
56	Insumos para el plato locro de cuy	90
57	Insumos para el caldo de gallina	90
58	Insumos para la bebida chicha de jora	91
59	Mano de obra directa	91
60	Costos indirectos de fábrica	91
61	Depreciaciones, amortizaciones e intereses	92
62	Estado de costo de producción	93
63	Estratificación del punto de equilibrio	96
64	Valor actual neto 1	98
65	Valor actual neto 2	99
66	Flujos de caja	102
67	Indicadores financieros	102

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	Título	Pág.
1	Macro localización	38
2	Micro localización	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	Pág.
1	Edificación del restaurante	43
2	Recepción de materia prima	47
3	Preparación del plato típico	48
4	Servicio al cliente	49
5	Croquis del Cantón Penipe	64
6	Organigrama estructural	71

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Título	Pág.
1	Modelo de encuesta/demanda	112
2	Interpretación de la información	116
3	Modelo de encuesta/oferta	128
4	Interpretación de la información	129
5	Frecuencia de compra	131
6	Demanda insatisfecha de cada uno de los platos típicos	131
7	Receta estándar de los platos típicos ancestrales	133
8	Mano de obra directa	136
9	Aporte socios	136
10	Tasa de descuento	136

CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Penipe es visitado por sus diferentes atractivos turísticos; el principal problema es que no encuentran un lugar donde puedan degustar las costumbres gastronómicas que ofrece el cantón.

Otro inconveniente que se presenta es no encontrar en un solo lugar las comidas ancestrales, por lo que resulta dificultoso el trasladarse de un lugar a otro en busca de este tipo de alimentos, por lo que la formulación del problema a través de una pregunta será:

¿Cuál es la factibilidad de la creación de un restaurante de comidas típicas ancestrales en el cantón Penipe, Parroquia el Altar, Comuna Palictahua?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Crear un restaurante de platos típicos ancestrales en el Cantón Penipe, Parroquia el Altar, Comunidad Palictahua con la finalidad de lograr un desarrollo social, turístico y económico del cantón.

1.2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Elaborar un estudio de Mercado estableciendo la demanda de consumidores en el cantón Penipe.
- Efectuar un estudio técnico precisando los medios y recursos necesarios para el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio financiero y determinar la inversión, costos y gastos.
- Ejecutar una evaluación financiera y económica que establezca la factibilidad de la ejecución del proyecto.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La iniciativa de la creación de un restaurante comidas típicas ancestrales en el Cantón Penipe, Parroquia el Altar, Comuna Palictahua; surge por la necesidad de dar a conocer a los pobladores del cantón, así como a la ciudadanía en general la existencia de exquisitos platos que se ofrecerán, a fin de rescatar las más íntimas costumbres gastronómicas que tuvieron los antepasados de este Cantón.

Así también se busca incentivar a las autoridades del cantón para que tomen conciencia sobre la conservación y mantenimientos de los diferentes atractivos turísticos que en ella se encuentra, tales como el valle de Palictahua que está situado al pie del volcán Tungurahua y sus aguas termales tienen poderes curativos.

Por lo mencionado anteriormente, se puede notar que este cantón tiene un alto potencial turístico el mismo que no ha sido explotado por haber sido destruido por las

constantes erupciones volcánicas, sin embargo este fenómeno es considerado el mejor atractivo turístico para los turistas nacionales y extranjeros en particular.

A medida que se desarrolle el proyecto, podrá ofrecer oportunidades de trabajo para sus habitantes, lo que permitirá no solo el incremento de ingresos económicos sino también la afluencia de turistas al cantón, lo que beneficiará al desarrollo social, turístico y económico del mismo.

1.4. MARCO TEÓRICO

1.4.1. GENERALIDADES

“Un restaurante es un establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para consumirse ahí mismo en el que se cobra por el servicio prestado.

El término se deriva del latín restaurare, que quiere decir recuperar o restaurar. El concepto de restaurantes ha sufrido cambios en los últimos años, ha pasado de ser un simple establecimiento donde se sirven alimentos y bebidas, a ser considerado como “una verdadera organización profesional, con recursos técnicos, humanos, materiales y financieros que deben administrarse adecuadamente, valorando la importancia de las actividades de finanzas, proyección y mercadotecnia.

La finalidad de los restaurantes y los bares es ofrecer al público productos (tangibles) y servicios (intangibles); el servicio consiste en atender a los clientes que acuden al restaurante o bar, y el producto son los alimentos o bebidas que se sirven.

El servicio puede ser fijo o movable (en las instalaciones de los restaurantes y/o en salones especiales donde se brinda el servicio).

1.4.1.1 HISTORIA

Los modelos de restauración sufrieron cambios profundos en la segunda mitad del siglo XX. Antes de la II Guerra Mundial salir a comer o a cenar era una actividad reservada a las clases más adineradas. A partir de 1950 se produjo un desarrollo espectacular de los restaurantes populares que ofrecen comidas a precios económicos.

El primer restaurante propiamente dicho tenía las siguientes inscripción en la puerta; *Veinte ad me omnes qui sfomacho lavoratoratis et ego retuarabo vos*. No eran muchos los parisinos que en el año de 1765 sabían leer francés y menos aún latín, pero los que podían sabían que Monsieeur Boulanger, el propietario, decía: Venid a mí todos aquellos cuyos estómagos clamen angustiados que yo los restauraré.

La palabra restaurante se estableció en breve y los chef de más reputación que hasta entonces solo habían trabajado para familias privadas abrieron también sus propios negocios o fueron contratados por un nuevo grupo de pequeños empresarios: los restauradores.

La palabra restaurante llegó a Estados Unidos en 1974, traída por el refugiado francés Jean Baptiste Gilbert Paypalt, este fundó lo que sería el primer restaurante francés en Estados Unidos.

El negocio de los restaurantes públicos fue creciendo progresivamente, ya que el comer fuera representaba para la familia media de las pequeñas ciudades una ocasión muy especial. Los restaurantes para trabajadores y las pensiones servían rigurosamente carne con patatas.

El negocio comercial de los restaurantes prospero después de la segunda guerra mundial, ya que muchas personas con posibilidades económicas adquirieron el hábito de comer fuera de sus casas.

Existen varios aspectos en nuestro estilo de vida que han influido en los nuevos hábitos y que favorecen el desarrollo del negocio de los restaurantes; por ejemplo, la gran cantidad de mujeres que trabajan fuera de casa. El comer fuera está íntimamente ligado a la disponibilidad económica y, por lo tanto, al incrementarse esta, aumentan las ventas en los restaurantes.

1.4.1.2 IMPORTANCIA DE LOS RESTAURANTES

Son una forma de comodidad y practicidad que le permite al visitante despreocuparse de llevar cargando su alimento para los tiempos que necesite ingerir alimentos obteniendo una comida caliente, limpia y deliciosa a la vez.

Además de ello es un lugar donde las personas u extranjeros que andan conociendo el paisaje, puedan sentarse a disfrutar de bebidas exóticas del lugar y puedan tener un momento para descansar del recorrido que se realiza para conocer los lugares aledaños a estos”¹.

1.4.2. TURISMO

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

¹ <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>

1.4.2.1 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

1.4.2.2 DESARROLLO DEL TURISMO

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo.

El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles.

El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones.

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca”².

1.4.2.3. TURISMO EN EL CANTÓN PENIPE

“Penipe se levantó sobre antiguos asentamientos indígenas, que existía antes de la llegada de los españoles. Está ubicado a 22 Km de distancia de la Ciudad de Riobamba, su temperatura media es de 13 a 20 °C. Posee un clima templado en los valles, frío en los páramos y glacial en el nevado El Altar”³.

“El cantón Penipe se encuentra al nororiente del valle interandino del río Chambo, el cual al unirse al Patate forma el río Pastaza, tributario del Amazonas. Con sus 372 Km², cubre el 5,72% de la superficie de la provincia del Chimborazo (6.495,1 km²), en el centro andino del Ecuador.

El cantón Penipe tiene como límites a la provincia del Tungurahua, al norte; al cantón Riobamba, al sur; a la provincia de Morona Santiago, al este; y al cantón Guano al oeste. Está conformado por las parroquias El Altar, Matus, Penipe, Puela, La Candelaria, Bilbao y San Antonio de Bayushig”.⁴

1.4.2.3.1 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

“El cantón Penipe es poseedor de un gran potencial turístico, aún por descubrir y disfrutar; en lo que a recursos naturales se refiere, debido a la variable topográfica y altitud, es heredero de una incalculable belleza paisajística, innumerables ríos y

² www.slideshare.net/zulieth/turismo-i-historia-del-turismo

³ Catálogo Turístico del Cantón Penipe.

⁴ Plan de desarrollo del Cantón Penipe , 2003 - 2013

lagunas, montañas, colinas y valles, laderas y llanos cultivables; además de una variada y exquisita gastronomía que lo convierten en un destino ideal por conocer. Tomando en cuenta los atractivos turísticos tanto naturales como culturales que posee el territorio, los pobladores en la actualidad le apuestan a la actividad turística como una nueva forma de vida, por esta razón el cantón Penipe pretende mostrar tanto a propios como extraños su riqueza que posee cada una de las parroquias que forman parte del mismo”⁵.

“El cantón Penipe no es considerado como destino turístico en el mercado nacional, ya que los únicos que se benefician de ésta actividad son los propietarios de los sitios de comida ubicados en la cabecera cantonal. En cuanto al mercado internacional, el único recurso aprovechado es el nevado El Altar, de cuya visita se benefician sólo las agencias de la ciudad de Riobamba.

En la actualidad autoridades barriales, comunales y parroquiales trabajan unidos y de manera sincronizada para aprovechar positivamente lo que la naturaleza ya le ha entregado, fomentando un turismo agroecológico, que les permita ser una fuerte eslabón entre hombre y naturaleza, disfrutando y respetando de la inmensa riqueza paisajista, así como también haciendo trabajos necesarios para crear un ambiente acogedor.

Según los cuadros No. 1 y 2 en el cantón Penipe se han inventariado 35 atractivos turísticos, de los cuales, 25 son de carácter natural y 10 cultural. De los 25 naturales, 19 fueron inventariados en febrero del 2006 y los 6 restantes, en mayo del 2009. La mayoría de ellos 12 se registran en la parroquia Puela, los de la parroquia La Candelaria le Corresponde el Parque Nacional Sangay. Las Parroquias Penipe, Bayushig y Bilbao no cuentan con atractivos de tipo natural”.⁶

⁵ Catálogo de Turismo del Cantón Penipe

⁶ Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Penipe

CUADRO No. 1: ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DEL CANTÓN PENIPE

PARROQUIA	N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	ALTITUD (m.s.n.m)	CLASIFICACIÓN		
				CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
LA CANDELARIA	01	Nevado Los Altares	5.319	Sitio Natural	Montaña	Glaciar
	02	Laguna Amarilla	4.197	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	
	03	Valle De Collanes	3.840	Sitio Natural	Planicies	Valle
	04	Mirador El Pedregal	4.250	Sitio Natural	Montaña	Colina
	05	Cueva Rayo Machay	3.840	Sitio Natural	Fenómenos Espeleológicos	Cueva
MATUS	06	Río Chorreras	3.183	Sitio Natural	Río	Rápido o Raudal
	07	Río Siete Vueltas	3.263	Sitio Natural	Río	Rápido
	08	Río Ventanas	3.279	Sitio Natural	Río	Rápido o Raudal
	09	Río Blanquillo	3.279	Sitio Natural	Río	Rápido o Raudal
	10	Chorrera El Blanquillo	3.299	Sitio Natural	Río	Salto de Agua
EL ALTAR	11	Laguna El Naranjal	3.223	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna
	12	El Naranjal	2.721	Sitio Natural	Río	Rápido
	13	Laguna Negra		Sitio Natural	Ambiente	Laguna

PARROQUIA	N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	ALTITUD (m.s.n.m)	CLASIFICACIÓN		
				CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
PUELA	14	Volcán Tungurahua	5.033	Sitio Natural	Montaña	Volcán
	15	Aguas Termales	2.822	Sitio Natural	Aguas Subterráneas	Aguas Termales
	16	Ojo del Fantasma	2.823	Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Encañonado
	17	Chorrera EL Tambo	2.478	Sitio Natural	Río	Cascada
	18	Bosque Nublado	2.950	Sitio Natural	Bosque	Bosque Nublado
	19	Río Puela	2.365	Sitio Natural	Río	Rápido o Raudal
	20	Cascada El Batán	2.903	Sitio Natural	Río	Cascada
	21	Cascada El Mayorazgo	2.920	Sitio Natural	Río	Cascada
	22	Cueva de los Tayos	2.903	Sitio Natural	Fenómenos Espeleológicos	Cueva
	23	Cascada La Bramadera	2.904	Sitio Natural	Río	Cascada
	24	Chorrera El Chontal	2.635	Sitio Natural	Río	Cascada
	25	Río El Chontal	2.674	Sitio Natural	Río	Cascada

Fuente: Plan Estratégico de desarrollo turístico del cantón Penipe

Elaborado Por: Centeno Sánchez Silvia Karina y Medina Villavicencio Johanna Verónica

CUADRO N° 2: ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES DEL CANTÓN PENIPE

PARROQUIA	N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	ALTITUD (m.s.n.m)	CLASIFICACIÓN		
				CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
PENIPE	01	Iglesia de Penipe	2.481	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa
	02	Parque Central	2.481	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura
	03	Feria de Penipe	2.481	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Ferias y Mercados
	04	Tortilla de Maíz	2.481	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Comidas y Bebidas típicas
SAN ANTONIO DE BAYUSHIG	05	Chicha de Manzana	2.792	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Comidas y Bebidas típicas
	06	Licor de Manzana y Claudia	2.792	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Comidas y Bebidas típicas
	07	Feria de San Blas	2.792	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Ferias y Mercados
	08	Fiesta de la Manzana		Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones Religiosas.
TODO EL CANTÓN	09	Calendario Folklórico		Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Manifestaciones Religiosas
	10	Medicina Natural		Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Tradiciones

Fuente: Plan Estratégico de desarrollo turístico del cantón Penipe

Elaborado Por: Centeno Sánchez Silvia Karina y Medina Villavicencio Johanna Verónica

Al analizar el potencial turístico con el que cuenta el cantón Penipe, se presenta en el cuadro No. 3 la MATRIZ FODA; detectándose las principales causas que influye de manera positiva y negativa en la misma.

CUADRO No. 3: MATRIZ FODA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Paisajes únicos y maravillosos. ▪ Potencialidad Turística de atractivos como El Nevado los Altares, El Volcán Tungurahua conocidos a nivel nacional e internacional. ▪ Leyendas y tradiciones propias del cantón. ▪ Variedad de Flora y Fauna. ▪ En su mayoría el cantón pertenece al Parque Nacional Sangay. ▪ Caracterización de la gente por su amabilidad y solidaridad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de capacitación al Talento humano. ▪ Escasos recursos humanos y económicos para promover y conservar los atractivos. ▪ Desconocimiento total de la población sobre la importancia de los atractivos turísticos que existen. ▪ Falta de información turística ▪ Falta de señalización turística y vial. ▪ Poca participación del Ministerio de Turismo. ▪ El Municipio no cuenta con la información necesaria de los atractivos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interés de turísticas nacionales e internacionales por visitarla gran variedad de atractivos con los que cuenta el cantón. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Continuidad del proceso eruptivo del volcán Tungurahua. ▪ Intereses políticos y económicos. Condiciones climáticas inestables.

Fuente: Plan Estratégico de desarrollo turístico del cantón Penipe

Elaborado Por: Centeno Sánchez Silvia Karina y Medina Villavicencio Johanna Verónica

1.4.2.3.2 SERVICIOS TURÍSTICOS

Según el cuadro No. 4 los sitios de alimentación, esparcimiento y el transporte están en completo funcionamiento, sin embargo, ninguno de ellos han sido registrados dentro de un catastro municipal o turístico y tampoco, poseen la categorización correspondiente. Todos estos establecimientos son empresa familiares, es decir, la gente que trabaja allí son miembros de una misma familia y en el mejor de los casos laboran entre dos y tres personas.

En cuanto a los sitios de alojamiento, existen pocos en el cantón; ya que existe una presencia escasa de turistas, algunas de las parroquias utilizan los albergues para alojarlos.

La gente del cantón Penipe no posee un conocimiento claro sobre el manejo y aprovechamiento sostenible de los atractivos con los que cuenta, por lo que la mayoría de las personas han optado por desarrollar la actividad de forma empírica, como cabañas, paraderos, restaurantes logrando de esta manera captar la atención de los diferentes turistas sean nacionales como extranjeros.

CUADRO No. 4: ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN EL SERVICIO DE ALIMENTACIÓN Y ALOJAMIENTO.

MATRIZ		
RESTAURANT	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Paradero La Estación de Mami Lauri	Vía Penipe - Baños y Av. Atahualpa	Cuenta con una exquisita gastronomía, podrán
Restaurante El Sabor de la Piedra	Vía Penipe - Baños y Av. Atahualpa	degustar del hornado, mote con fritada, papas
Paradero La Posada de Lolita.	Vía Penipe – Baños Comunidad del Guso	con cuy, caldo de gallina.

CENTRO TURÍSTICO	Dirección	DESCRIPCIÓN
Vulcano Green	Vía Penipe - Baños y Av. Atahualpa	Ofrece el servicio de alojamiento, cuenta con un restaurant, salón de eventos, piscina, entre otros.
HOSTERÍA	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Santa Mónica	Vía Penipe - Baños Km. 23/2 Guso	Ofrece el servicio de alojamiento, cuenta con un restaurant, salón de eventos, piscina, entre otros.
LA CANDELARIA		
HOTEL – ALBERGUE	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
La Candelaria	Centro Parroquial	Presta sus servicios bajo pedido, durante las festividades de la parroquia.
HACIENDA	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Hacienda Releche	Comunidad Releche	Presta sus servicios bajo pedido, durante las festividades de la parroquia y cuando los turistas lo ameritan

EL ALTAR		
PARADERO	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Paradero Mami Michi	Ganshi Bajo	Podrá degustar de platos típicos como papas con cuy, caldo de gallina, trucha asada y chicha de jora.
HOTEL – RESTAURANT	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Alejo pamba	Centro Parroquial	
PARADERO TURÍSTICO	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Utuñag El Eucal Cabañas Elvia Flores	Comunidad de Utuñag Centro Parroquial Comunidad de Ayanquil	Están disponibles solo los fines de semana.
MATUS		
PARADERO - RESTAURANT	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
El Fogón de los Abuelos	Calle Principal, Vía a Calshi	Atiende los domingos y podrá degustar de platos típicos como papas con cuy, caldo de gallina, trucha asada y chicha de jora.
PARADERO TURÍSTICO	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
El Huashirai	Vía a Calshi	Está disponible los días domingos.

BAYUSHIG		
RESTAURANT	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
El Sabor Bayusheño de la Sra. Judith Chunata.	Barrio El Quinche	Bayushig dispone de una gastronomía inigualable, elaborada en forma tradicional; se puede degustar de las exquisitas tortillas de maíz asadas en plancha de piedra, la chicha de jora o manzana y el trago de Claudia o manzana.
El Sabor de mi Tierra	Barrio El Chinche	
El Sabor Bayusheño de la Sra. Lasteña Guanga	Barrio San Antonio	
Restaurante de la Sra. Norma Guanga	Barrio El Chinche	
Restaurante de la Sra. Gloria Sánchez	Barrio San Antonio	
Restaurante de la Sra. Laura Chunata	Barrio San Blas	
Restaurante de la Sra. Cristina Hernández	Barrio San Blas	
Restaurante de la Sra. Mercedes Guanga	Barrio San Blas	
PUELA		
CORPORACIÓN TURÍSTICA	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Senderos al Volcán	Casa parroquial de Puela	Tienen como objetivo fomentar el turismo rural.
BILBAO		
PARADERO	DIRECCIÓN	DESCRIPCIÓN
El Chozón del Abuelo	Calle Innominada, junto a la casa parroquial de Bilbao.	Este servicio se presta únicamente bajo pedido.

Fuente: Catalogo Turístico del Cantón Penipe

Elaborado Por: Centeno Sánchez Silvia Karina y Medina Villavicencio Johanna Verónica

Los medios de transporte con el que cuenta el cantón Penipe para poder trasladarse dentro y fuera del cantón son: Cooperativa de Transporte San Antonio de Bayushig, Transporte Penipe, Cooperativa de Transporte Sangay y Cooperativa de Transporte Riobamba.

1.4.2.3.3 DESTINO RECEPTOR

“Alrededor del tema de turismo se pueden resaltar las siguientes áreas problemáticas: carencia de capacitación en turismo, falta de inventarios sobre los atractivos turísticos del cantón y la inexistencia de promoción turística.

Estos problemas se relacionan con la falta de iniciativas estatales, desconocimiento de las ventajas de turismo, deficiente información disponible sobre el tema y falta de recursos específicos.

Se podría identificar, además, una desconexión entre los aspectos ambientales, disponibilidad y calidad de los servicios básicos, los aspectos productivos y el turismo, los cuales se los debería entender como estrechamente relacionados.

Los atractivos turísticos como el paisaje natural, elementos histórico-culturales, arqueológicos o bio-ecológicos son factibles de desarrollarse dentro de programas turísticos, en la medida en que se disponga de servicios como vías de acceso en buenas condiciones, comunicaciones (teléfono), centros de salud o de apoyo en caso de emergencias, acceso a agua potable, luz eléctrica y sistemas sanitarios adecuados, servicios de alimentación, acceso a otros elementos conexos como elaboración de artesanías, fiestas típicas, entre otros.

1.4.2.3.4 INSTITUCIONES REGULADORAS

Las actividades turísticas que actualmente se desarrollan en el cantón no son regidas por ningún organismo ni gubernamental, ni comunitario, a excepción de aquellas que conciernen la visita al Parque Nacional Sangay, específicamente al nevado El Altar, ya que el ingreso a ésta área está controlada por el Ministerio del Ambiente que cuenta con una oficina en Releche, pero dicho control únicamente al cobro de la entrada al parque.

La administración municipal recientemente ubicada, conjuntamente con el Ministerio de Turismo y el GAD de la Provincia de Chimborazo está dando inicio a la gestión y planificación turística del cantón, mediante el sustento de estudios realizados por estudiantes de turismo de la ESPOCH y de la UNACH. Sin embargo, no se cuenta con una comisión o unidad técnica dentro del municipio que se encargue de dicha planificación y gestión.

En cambio, con el apoyo del sector privado a la actividad turística ésta dado por; los pequeños emprendimientos que la población ha colocado en el mercado, la participación de las universidades locales en la elaboración de proyectos turísticos, y la comercialización del nevado El Altar por parte de las agencias y operadoras turísticas del ciudad de Riobamba”.⁷

1.5 MARCO CONCEPTUAL

Beneficio: Es un excedente de los ingresos sobre los desembolsos (Gastos); en sentido más general, beneficioso significa rentable⁸.

⁷ Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Penipe.

⁸ Arthur Seldon. (1997). Diccionario de Economía.

Beneficio/ Costo: Es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Comercio: Se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto.

Competencia: Dependen del número de proveedores y demandantes, de la uniformidad de los bienes y de la libertad de entrada para los oferentes potenciales⁹.

Costos: En términos amplios se lo define como la medida de lo que se tiene que dar para obtener algo.

Costos de Producción: Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento¹⁰.

Costos de Ventas: Costos en que se incurre con el mercadeo y distribución de un producto.

Demanda: Cantidad máxima de un Bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado Precio, por unidad de Tiempo.

Encuesta: Es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita a las personas con el fin de obtener determinada información.

Estado de Resultados: El estado de resultados es dinámico y muestra los ingresos y egresos de un periodo de una empresa

Estrategias: Conjunto de principios que determinan acciones específicas y decisiones que se diseñan para lograr ciertos objetivos de largo plazo.

⁹ Graham Bannock; R.E Baxter; Ray Ress (2007). Diccionario de Economía

¹⁰ <http://www.fao.org/DOCREP/003/V8490S/v8490s06.htm>

Estudio de Mercado: Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Estudio Técnico: Se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.

Evaluación: Proceso que tiene como finalidad determinar el grado de eficacia y eficiencia, con que han sido empleados los recursos destinados a alcanzar los objetivos previstos.

Factibilidad: Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas¹¹.

Factibilidad Técnica: Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.

Factibilidad Económica: Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará¹².

Factores de Producción: Son las cosas que se requiere para hacer una mercancía, en la tecnología moderna se denomina insumos.

Gasto de administración: Costes que no están directamente relacionados con la venta o distribución de bienes y servicios¹³.

¹¹ Arthur Seldon. (1997). Diccionario de Economía.

¹² http://www.trabajo.com.mx/factibilidad_tecnica_economica_y_financiera.htm

¹³ http://es.mimi.hu/economia/gastos_administrativos.html

Gastos de producción: Representan la suma de los esfuerzos y de los capitales invertidos en la formación de un producto.

Inflación: Es el crecimiento continuo y generalizado de los precios de los bienes y servicios y factores productivos de una economía a lo largo del tiempo.

Inversión: Es el grado en bienes de capital. También se emplea para designar la compra de cualquier activo o cuando se adquiere algún compromiso que implique un sacrificio inicial seguido de beneficios subsecuentes¹⁴.

Mercado: Es un lugar físico donde se realizan transacciones de un cierto tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de los mismos.

Oferta: Cantidad máxima de bienes o servicios que un productor está dispuesto a vender en el mercado a un precio dado, por unidad de tiempo.

Precio: Es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.

Recursos: Son los agentes o factores de producción que se emplean en una empresa para producir y distribuir bienes y servicios.

Recursos de Capital: Servicios que se suministraran en forma de maquinaria, edificios, herramientas, los cuales son bienes que se fabrican para producir otros.

Rentabilidad: Es un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla.

¹⁴ <http://www.eumed.net/cursecon/dic/jph/g.htm>

Servicio: Bienes de consumo o de producción, los cuales son intangibles de manera principal y con frecuencia se consume al mismo tiempo que se produce¹⁵.

Tasa de Crecimiento: Es el aumento de la población de un determinado territorio durante un período determinado, normalmente, un año.

Tasa Interna de Retorno: Está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VNP) es igual a cero.

Utilidad: Es el interés, que se obtiene de algo.

Viabilidad: Estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto.

Valor actual Neto o Valor Presente Neto: es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros.

¹⁵ Graham Bannock; R.E Baxter; Ray Ress (2007). Diccionario de Economía

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Determinar el nivel de aceptación que tendrá la creación de un restaurante de comidas típicas ancestrales en la comunidad de Palictahua.
- Conocer el mercado donde se ofertara el producto.
- Determinar un precio accesible para cada uno de los platos.
- Identificar los medios necesarios para difundir el restaurante.
- Establecer la existencia de una necesidad insatisfecha.

2.2 PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Dentro de los procesos de investigación a utilizar tenemos:

Investigación exploratoria: Esta investigación busca exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio en el que se desea incursionar; se realiza por medio de entrevistas que suministran datos actuales sobre el comportamiento, percepciones y actitudes de los clientes potenciales.

Investigación cuantitativa o descriptiva: La investigación cuantitativa o descriptiva consiste en describir las características de una población: hábitos de compra, tamaño del mercado, acciones de competidores, etc.

Además de determinar las respuestas a las preguntas quién, qué, dónde, cómo y cuándo.

2.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN O INFORMACIÓN

Para realizar este estudio es necesario identificar y analizar las fuentes de información primarias y secundarias:

Información primaria: La información primaria se obtendrá por medio de encuestas las mismas que serán aplicadas en la ciudad de Riobamba. La información recolectada será tabulada e interpretada para poder hacer uso de esta información.

Información Secundaria: Aquí se tomará en cuenta información que nos facilita el Plan de Desarrollo del Cantón Penipe 2003 – 2013, Plan de Desarrollo de la Parroquia El Altar 2011 -2021 y Catálogo Turístico del Cantón Penipe.

2.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Los productos que se ofertaran en el Restaurante de Platos Típicos Ancestrales estarán dirigidos a hombres y mujeres en general para las familias, con un nivel económico alto, medio y medio bajo, para que satisfagan su necesidad de alimentación luego de haber realizado alguna actividad deportiva en los diferentes atractivos turísticos, en el cantón Penipe.

La edad del grupo al que van dirigidos nuestros productos es a personas a partir de los 15 años.

2.5 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Se ha considerado el 73% como probabilidad positiva y el 27% como probabilidad negativa, dichos resultados se obtuvieron de la aplicación de una encuesta piloto, la misma que fue realizada a 15 personas de la ciudad de Riobamba; además se utilizó

el 94% de confianza ya que es un alto grado de certeza; en el que verifiquemos si el proyecto va a ser o no viable, con un margen de error del 6%, aplicado en una población total de 225741 personas.

FORMULA

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Ne^2 + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(1,88)^2 * 0.73 * 0.27 * 225741}{(225741)(0,06)^2 + (1,88)^2 * 0.73 * 0.27}$$

$$n = 193$$

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel De Confianza (94% = 1.88)

P = Posibilidad de ser seleccionada para la muestra (73%)

Q = Posibilidad de no ser seleccionada para la muestra (27%)

e = Margen de error (6%).

Se obtiene un total de 193 encuestas, las mismas que serán aplicadas en la ciudad de Riobamba.

2.6. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Papas Con Cuy

El cuy es asado en un horno de leña o al carbón, el mismo que está acompañado de papas cocinadas, lechuga y una deliciosa salsa de maní, siendo considerado uno de los platillos más tradicionales en el cantón Penipe.

Papas Con Conejo

Una vez adobado el conejo se lo hornea en carbón, para luego servir acompañado de papas cocinadas, lechuga y salsa de maní. El conejo es una carne con muy poca grasa, pocas calorías y va muy bien para una dieta.

Locro De Cuy

Es un plato tradicional que contiene cuy en pedazos, harina de maíz (cauca), papas, orégano y cebolla blanca.

Caldo De Gallina

Se sirve con trozos de pollo, granos de arrocillo y verduras, etc. Se considera también un remedio casero contra los enfriamientos y los catarros.

2.6.1 CALIDAD NUTRICIONAL

Los diferentes productos y carnes que serán utilizadas para la elaboración de los platos típicos ancestrales ofrecen numerosos valores nutricionales, los mismos que deberán ser CESA (Completa, equilibrada, suficiente y adecuada), es decir contar

con todos los nutrientes y cantidades adecuadas dependiendo de la urgencia de su consumo; los mismos que tienen que estar disponibles y biodisponibles.

Carne De Cuy

“La carne de cuy es una fuente importante de proteína, debido a que es un producto de excelente calidad, alto valor biológico, elevado contenido de proteína y bajo contenido de grasa en comparación con otras carnes.

Carne De Conejo

Entre los macro nutrientes de la carne de conejo encontramos proteínas y lípidos, dado que carece de hidratos de carbono.

Papas

Es una fuente de vitaminas, en especial de vitamina C y minerales como el potasio, su cáscara es una excelente fuente de fibra, además contiene carbohidratos complejos que te dan energía, además está libre de grasa y colesterol.

Gallina

Entre las propiedades nutricionales podemos mencionar: hierro, proteínas, calcio, potasio, yodo, zinc, magnesio, sodio, vitamina A, B1, B2, B3, B5, B6, B9, B12, C, D, E, K, fósforo.¹⁶

¹⁶ www.nutrinf.com

2.6.2 CALIDAD EN EL SERVICIO

- Todo el personal utilizará uniformes, ya que es una forma de identificar e impactar positivamente a los clientes.
- Cada uno de los platillos será elaborados con las mejores materias primas, considerando el color, olor y sabor.
- En el caso del proyecto será una alimentación tradicional, en tanto a sabor y presentación.
- Los factores relevantes que se debe tomar en cuenta con respecto al producto son:
 - Seleccionar los mejores proveedores para garantizar la calidad de nuestros productos.
 - Establecer una relación a largo plazo con los proveedores a fin de obtener buenos precios y garantizar el abastecimiento de los productos.
 - Los proveedores externos serán las empresas que nos permitirán dar un servicio eficiente y garantizado a los clientes, ofreciendo las más selectas carnes del mercado, verduras, legumbres y hortalizas orgánicas frescas de la mejor calidad, y bebidas.
 - También materiales como recipientes térmicos reciclables, juegos de cubiertos, fundas, empaques, servilletas, etc. a precios competitivos, para el buen desenvolvimiento de las operaciones, permitiendo además mantener un stock adecuado de estos, para satisfacer la demanda de los consumidores.

- Entre las empresas proveedoras de los diferentes productos y maquinarias constarían:
 - **Persona Natural:** cuyes y conejos faenados listos para adobar y hornear.
 - **Plastipañal:** recipientes y demás instrumentos plásticos
 - **Almacenes Buen Hogar:** cocinas, bandejas, etc.
 - **Mercado Central Penipe y Micro mercado San Francisco:** legumbres, hortalizas, producto de primera necesidad.
- Tomar en cuenta las características que tiene cada proveedor en cuanto a manipulación de los productos, empaquetado, precio y puntualidad.
- Seleccionar y contratar personal integral y calificado que tenga una amplia experiencia en relaciones interpersonales y de atención al cliente.

2.7. ANÁLISIS DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA

2.7.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El estudio de la demanda se enfoca en determinar la cantidad de clientes potenciales en el área de influencia. Los consumidores de los platos típicos tradicionales son personas ubicadas en la ciudad de Riobamba y parte del cantón Penipe con libre acceso a estos lugares por su variedad turística.

En el cuadro No.5 se muestra la demanda potencial de cada plato típico, las mismas que son resultado de la frecuencia de compra de cada uno.

CUADRO No: 5 DEMANDA DE PLATOS TÍPICOS

PLATOS	DEMANDA POTENCIAL
Papas con cuy	7584
Papas con conejo	3228
Locro de Cuy	3660
Caldo de Gallina	8400
TOTAL	22872

Fuente: Encuesta, Anexo N° 5 Frecuencia de Compra

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

Para la proyección de la demanda se aplicó la siguiente fórmula:

$$Pd = Pn(1 + i)^n$$

En el cuadro No 6, se puede apreciar la demanda futura de los diferentes platos típicos ancestrales en los 5 años posteriores (2013 – 2017), tomando en consideración que para la aplicación de la anterior fórmula es necesaria la Tasa de crecimiento poblacional, la misma que corresponde al 1.42%.

CUADRO No 6: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

PLATOS	AÑO				
	2013	2014	2015	2016	2017
Papas con cuy	7692	7912	8254	8732	9370
Papas con conejo	3274	3367	3513	3717	3988
Locro de Cuy	3712	3818	3983	4214	4522
Caldo de Gallina	8519	8763	9142	9672	10378
TOTAL	23197	23860	24891	26335	28259

Fuente: Cuadro N° 5, Demanda de los Platos Típicos.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

2.7.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta de platos típicos tradicionales en el cantón Penipe, está constituida por 3 restaurantes con sus diferentes características, las mismas que serán tomadas en cuenta para crear una ventaja competitiva.

En el cuadro No. 7 se muestra los restaurantes del cantón Penipe con su respectiva oferta de platos típicos, dicha información se obtuvo de la aplicación de una encuesta a los propietarios; en los que se analizó cuál es su oferta mensual y anual (Anexo N° 4).

CUADRO No. 7: OFERTA DE PLATOS TÍPICOS EN LOS DIFERENTES RESTAURANTES DEL CANTÓN PENIPE.

PLATOS	RESTAURANTES			OFERTA MENSUAL TOTAL	OFERTA ANUAL
	MAMI LAURI	FOGÓN DE LOS ABUELOS	POSADA LA LOLITA		
Papas con cuy	175	125	75	375	4500
Papas con conejo	40	32	40	112	1344
Locro de Cuy	25	20	25	70	840
Caldo de Gallina	120	96	60	276	3312
TOTAL				833	9996

Fuente: Anexo 4.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

2.7.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

En el cuadro No. 8, muestra la proyección de la oferta para los 5 años posteriores, el mismo que fue calculado tomando en consideración que los propietarios de los restaurantes pretenden incrementar su capacidad de producción dependiendo del incremento de turistas.

CUADRO No. 8: PROYECCIÓN DE LA OFERTA (Unidades)

PLATOS	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
Papas con cuy	4564	4694	4897	5181	5560
Papas con conejo	1363	1402	1463	1548	1661
Locro de Cuy	852	876	914	967	1038
Caldo de Gallina	3359	3455	3604	3814	4092
TOTAL	10138	10428	10878	11510	12350

Fuente: Oferta Anual de los restaurantes del cantón Penipe

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

2.7.4 DEMANDA INSATISFECHA

“Se entiende por necesidad insatisfecha a la carencia o escasez objetiva de un bien o servicio, la misma que es cuantificada a través de indicadores específicos es lo que constituye déficit”¹⁷. Como se puede observar en el cuadro No. 9, la demanda para año 2013 es 23.197 sumado los cuatro platos, y una oferta de 10.138, por lo que se puede mencionar que la demanda insatisfecha es de 13.059 personas.

CUADRO No. 9: DEMANDA INSATISFECHA (Unidades)

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	23197	10138	13059
2014	23860	10428	13432
2015	24891	10878	14013
2016	26335	11510	14826
2017	28259	12350	15909

Fuente: Anexo N° 6.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

¹⁷ www.emprendedorasenred.com

2.7.5. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

En el análisis de comercialización se examinarán las diferentes etapas del proyecto que se relacionan con el posicionamiento, crecimiento y madurez del producto en el mercado, ganando un espacio en la competencia.

Lanzamiento: en su etapa inicial, los diferentes platos típicos ancestrales tendrán como principal objetivo la diferenciación de calidad y presentación, con relación a los productos ya existentes en el mercado. Los proveedores serán seleccionados de acuerdo a la calidad y precios con los que manejan de acuerdo a sus políticas, además se ofertará un postre y una bebida a gusto y preferencia del cliente.

Crecimiento: En el crecimiento y reconocimiento de los platos a nivel comercial se deberá tomar como factor primordial la calidad ya que según los resultados de la encuesta realizada este es considerado el factor principal para el consumo de un determinado productos antes que su precio.

Madurez: Los platos típicos ancestrales después de alcanzar el nivel de crecimiento en el mercado buscarán expandir su variedad de productos con el fin de mantenerse en el mercado.

2.7.5.1. PLAN DE MARKETING MIX

2.7.5.1.1 PRODUCTO

El producto que se ofertará será un menú comprendido por 4 platos típicos ancestrales y una bebida; que presentaron mayor demanda en las encuestas

realizadas; además, el servicio será de calidad atendiendo los gustos y la comodidad que busca el cliente.

El restaurante buscará satisfacer el paladar de nuestros futuros clientes con la elaboración de recetas que serán preparadas con las mejores técnicas profesionales en el ámbito gastronómico y materia prima de calidad para dar un excelente servicio en alimentación y atención al cliente. Además, se brindará dos tipos de ambientes, el uno será tranquilo y el otro juvenil para que lo disfruten los jóvenes que acompañan a sus padres en las diferentes actividades.

2.7.5.1.2 PRECIO

Para establecer el precio de nuestros menús tomaremos en cuenta los costos y gastos en los que se incurre para la preparación de cada uno de los platos típicos ancestrales.

Como la competencia exige un esfuerzo de diferenciación, manejaremos los precios, de manera competitiva en relación a los que son manejados por ellos. Los precios también serán fijados, atendiendo al porcentaje respectivo de utilidad que se plantee.

2.7.5.1.3 PLAZA

La plaza es el lugar donde se va a desarrollar el producto o servicio; el restaurante de platos típicos ancestrales estará ubicado en el Cantón Penipe, Parroquia Altar, Comuna Palictahua.

2.7.5.1.4 PROMOCIÓN

La promoción que dará el restaurante será descuentos a grupos grandes de personas que vengan a consumir nuestros platos típicos ancestrales.

2.7.5.1.5 PUBLICIDAD

El consumidor verá al restaurante como un sitio de alimentación donde podrá degustar de algunos platos típicos, prestando un servicio agradable y de calidad.

2.7.5.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

“Un canal comercial es una categoría de clientes que comparten características comunes para comprar y vender servicios”¹⁸. El restaurante de platos típicos ancestrales utilizará el canal de distribución **FABRICANTE – CONSUMIDOR FINAL**, tomando en cuenta que la actividad económica del restaurante es un servicio de alimentación. Se ha considerado este canal de distribución por ser directo entre el restaurante y el cliente, ya que este se convierte en servicio al momento que el cliente lo consume, además no necesita de intermediarios para llegar con el servicio de alimentación al consumidor.

2.7.5.3 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

En el cuadro No. 10 se detalla las diferentes estrategias que se utilizará en la etapa de crecimiento para el restaurante de platos típicos ancestrales, que será implementado en la comunidad de Palictahua, cantón Penipe

¹⁸ Diseño. Elaboración de Proyectos Productivos; Ing. Norberto Morales

CUADRO No. 10: PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA ETAPA DE CRECIMIENTO.

VARIABLE	TIPO	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
CRECIMIENTO	Corto Plazo (6 meses)	Lograr un posicionamiento en el mercado.	Gigantografías y señalización para que los turistas nacionales y extranjeros puedan llegar sin ningún problema. Publicitarnos en medios de comunicación masiva.	Diseñar volantes que promocionen los distintos productos que ofertará el restaurante. Establecer un diseño exclusivo para identificarlo como la marca de cada uno de los platos.
	Mediano Plazo (1 año)	Incrementar la participación en el mercado en un 10%.	Mayor participación en el mercado, manteniendo a los clientes actuales y captando nuevos clientes.	Tomar en consideración las sugerencias y comentarios de los clientes. Darles un descuento a los clientes que traigan otros clientes.
	Largo Plazo (2 años)	Contar con una planta propia para la crianza de los cuyes y conejos.	Surtir de M/P propia al restaurante.	Elaborar galpones para la crianza de cuyes y conejos.

Fuente: Fundamentos de Marketing.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 OBJETIVO EL ESTUDIO TÉCNICO

- Determinar los recursos necesarios para la elaboración de los platos típicos ancestrales a ofertar.

3.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN

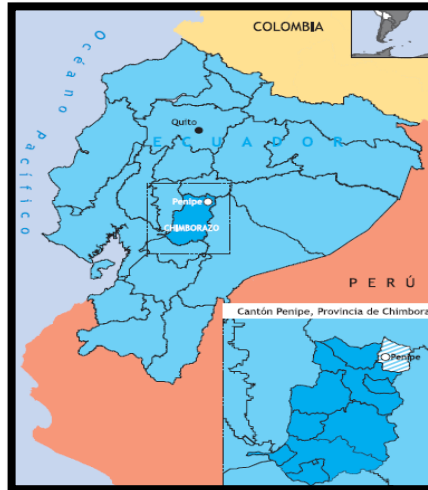
“La Provincia de Chimborazo se encuentra ubicada en el centro de la Cordillera de los Andes ecuatorianos, a 2.750m.sn.m., con una superficie de 6.600 Km², su capital es la ciudad de Riobamba, denominada “Sultana de los Andes”, debido a su historia y belleza.

Tiene una población total de 458.581 habitantes, según datos del Censo de Población y vivienda 2010.

Limita al Norte con la Provincia de Tungurahua, al sur con la Provincia de Cañar, al este con la Provincia de Morona Santiago y al Oeste con las Provincias de Guayas y Bolívar.”¹⁹

¹⁹ Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Provincia De Chimborazo, 2011.

FIGURA No.1: MACRO LOCALIZACIÓN



3.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN

“El cantón Penipe se encuentra en la provincia de Chimborazo, se subdivide en una parroquia urbana (Penipe) y seis rurales (Bilbao, Puela, El Altar, San Antonio de Bayushig, Matus y Candelaria).

Está ubicado a 22 Km de distancia de la Ciudad de Riobamba, su temperatura media es de 13 a 20 °C. Posee un clima templado en los valles, frío en los páramos y glacial en el nevado El Altar.

El cantón Penipe se encuentra al nororiente del valle interandino del río Chambo, el cual al unirse al Patate forma el río Pastaza, tributario del Amazonas. Con sus 372 Km², cubre el 5,72% de la superficie de la provincia de Chimborazo (6.495,1 km²), en el centro andino del Ecuador. “²⁰

²⁰ Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial De La Provincia De Chimborazo, 2003 -2013.

FIGURA No. 2: MICRO LOCALIZACIÓN



3.2.3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

“Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se requiere conocer con mayor precisión cuándo y cuántos días va a funcionar el restaurante.

Antes de delimitar el tamaño del proyecto será necesario analizar los siguientes factores:

- Análisis de la demanda insatisfecha.
- Situación geográfica del restaurante.
- Posibilidad de aprovisionamiento.
- Maquinaria y equipo que se va adquirir”²¹.

El restaurante funcionará de miércoles a domingo, por lo que la demanda insatisfecha (se la va dividir para el número de días que se trabajará al mes, el

²¹ Diseño. Elaboración de Proyectos Productivos; Ing. Norberto Morales

mismo que corresponde a 20 días; es por ello que se atenderá un promedio de 54 personas diarias.

Por tal motivo que contará con 10 mesas de madera de palo rústico, 50 sillas de igual característica. La capacidad del negocio es de 50 personas, estimando que el tiempo promedio de consumo es de 30 minutos.

3.2.3.1. FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACIÓN

3.2.3.1.1 PROXIMIDAD DE LAS MATERIAS PRIMAS

La cercanía a la principal materia prima es un factor fundamental para la localización del restaurante, puesto que el transporte implica un costo que se podría reducir cuanto más cerca se encuentre el lugar donde obtener esta materia.

La Principal materia prima es el cuy y conejo la misma que será abastecida por una persona natural, la misma que cuenta con varios criaderos, se puede mencionar que está ubicada a 100 metros del lugar donde se plantea ubicar el restaurante.

3.2.3.1.2 CERCANÍA AL MERCADO

Tomando en consideración que el restaurante se ubicará en la comuna de Palictahua, a 30 minutos de distancia se determina que el tiempo de recorrido es corto, así también se puede mencionar que el restaurante se surtirá de estos productos 1 o 2 veces a la semana con el fin de reducir costos de transporte.

Entre los principales proveedores tenemos el mercado central de la cabecera cantonal, el micro mercado San Francisco para el abastecimiento de productos de primera necesidad, cabe mencionar que muchas de las hortalizas (cebolla blanca,

colorada, lechugas, cilantro) encontramos dentro del sector puesto que existe personas que se dedican al cultivo y al ordeño de ganado bovino y elaboración de quesos.

3.2.3.1.3 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

Para el caso del restaurante no se requiere de gran cantidad de personal, pero si con un alto grado de capacitación y experiencia según la función que vaya a desempeñar, tomando en cuenta que resida en el cantón Penipe para evitar cualquier tipo de dificultad al momento de trasladarse.

3.2.3.1.4 DISPONIBILIDAD DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Toda la zona del cantón Penipe y sus diferentes comunidades es abastecida de energía eléctrica, sin ningún corte hasta el momento.

3.2.3.1.5 DISPONIBILIDAD DE AGUA

Su abastecimiento en todas las comunidades del catón es constante, se consume agua entubada y clorada en tanques de Tratamiento. Las Juntas son las encargadas de la administración de este servicio, que es percibido por los usuarios como insuficiente, de irregular calidad y poco satisfactorio.

3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA DE LA EMPRESA

El Restaurante de Platos Típicos Ancestrales contará con:

- Terreno de 250 m²
- Infraestructura
 - Jardín: (12.50 * 3) m²
 - Oficina: (3.5 * 3.5) m²
 - Baño: (2 *3) m²
 - Restaurante: (12.5 *7) m².

3.3.1.1 DISPOSICIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del restaurante está integrada por los siguientes elementos:

Fuentes de suministro de agua: el agua es un insumo indispensable para todas las actividades que se realizará en el restaurante, se puede manifestar que existe suficiente afluencia de agua por lo que no existirá ningún problema de este tipo en el presente y futuro.

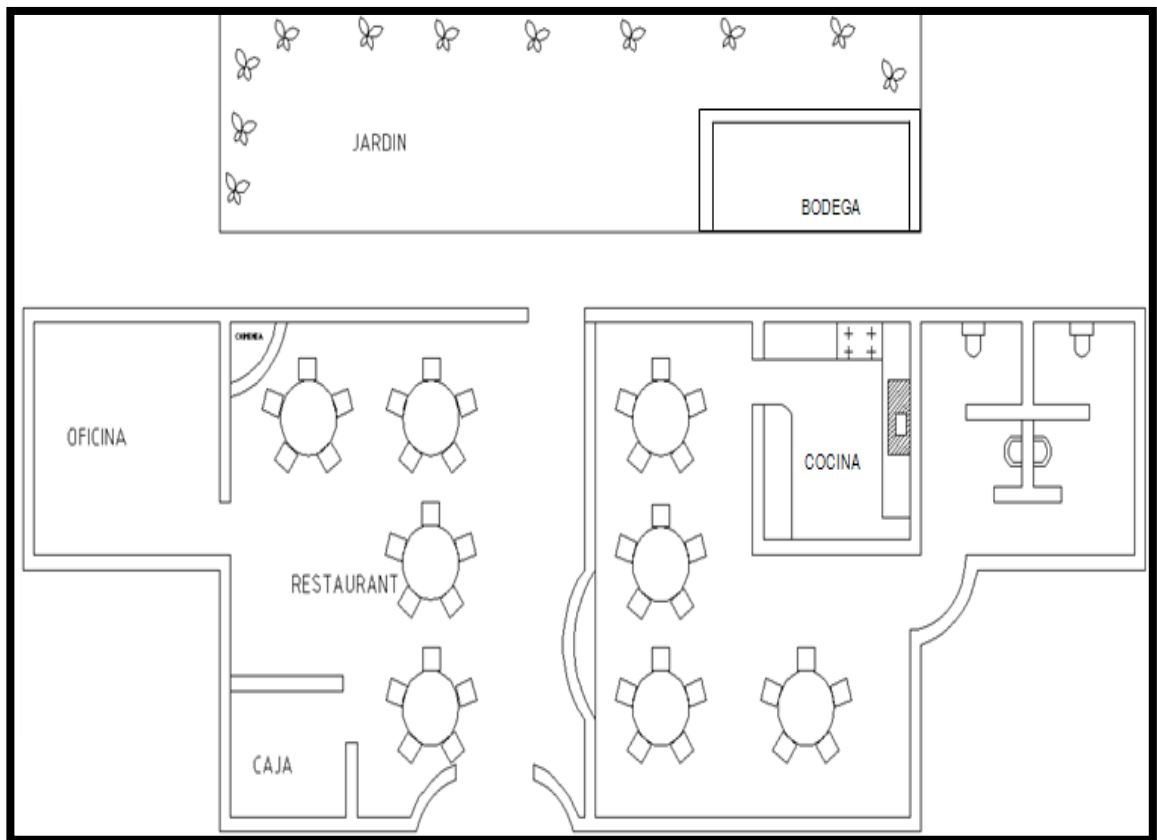
Facilidades para la eliminación de desechos: En este ámbito se puede mencionar que el Restaurante, estará ubicado en la avenida principal de la comuna de Palictahua; el recolector de desechos sólidos realiza sus recorridos cuatro veces a la semana (Lunes, miércoles, viernes y domingo), dentro de horarios cómodos y flexibles que permitirán tener el restaurante completamente limpio.

Servicios Públicos: Aquí se puede mencionar que las vías de acceso al Restaurante de Platos Típicos Ancestrales, se encuentran en perfectas condiciones y con la señalización necesaria para que los turistas puedan llegar a su destino, en lo que se refiere a la red de Drenaje se puede manifestar que no existe una vía de alcantarillado; el servicio telefónico está en condiciones óptimas de uso; el sistema

educativo es bueno ya que existe una escuela a la que acuden muchos niños de los alrededores de la zona.

Como se presenta en el Gráfico No. 1 el Restaurante de Platos Típicos Ancestrales cuenta con espacios amplios para realizar ágilmente cada una de las actividades de almacenamiento, preparación y despacho de nuestros productos.

GRÁFICO No. 1: EDIFICACIÓN DEL RESTAURANTE DE PLATOS TÍPICOS ANCESTRALES.



Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

3.3.1.2 DISPOSICIÓN DETALLADA DE LAS ÁREAS DEL RESTAURANTE

Nuestro restaurante contara con las siguientes unidades:

Área de Gerencia: Destinada a la administración del local.

Salón de comidas: Hemos visto necesario que el restaurante cuente con dos salones con el fin de utilizar un salón con un ambiente más juvenil y el otro para las personas que buscan tranquilidad con la compañía de su familia o amistades.

Área de Recepción (Caja): será el lugar donde se realizará el pedido del plato típico ancestral así también su pago en efectivo por el servicio prestado.

Área de Cocina: Estará equipada con todo lo necesario para un óptimo desempeño al momento de elaborar los platos típicos ancestrales.

Zona de Servicio: El restaurante contará con dos baños, uno destinado para uso de los hombres y el segundo para uso exclusivo de mujeres, cada uno contará con los complementos necesarios.

Área de Jardín: Es un lugar cómodo con una vista excepcional puesto que desde ahí se podrá observar el volcán Tungurahua, así también será un lugar acogedor para los niños ya que son muy inquietos y se distraen al observar el paisaje.

3.3.1.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN

“El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, las materias primas y las fuerzas de trabajo, (Combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación)”²².

²² Diseño, Elaboración de Proyectos Productivos; Ing. Norberto Morales M.

Para transformar todas las materias primas directas, indirectas e insumos en un producto final se necesita de la fuerza laboral, el mismo que será seleccionado y reclutado para que brinde un servicio de calidad tomando en consideración que es un aspecto principal de la política de la empresa, por lo mismo tenemos que contar con buen chef para dirigir la preparación de cada uno de los platos típicos ancestrales y bebidas.

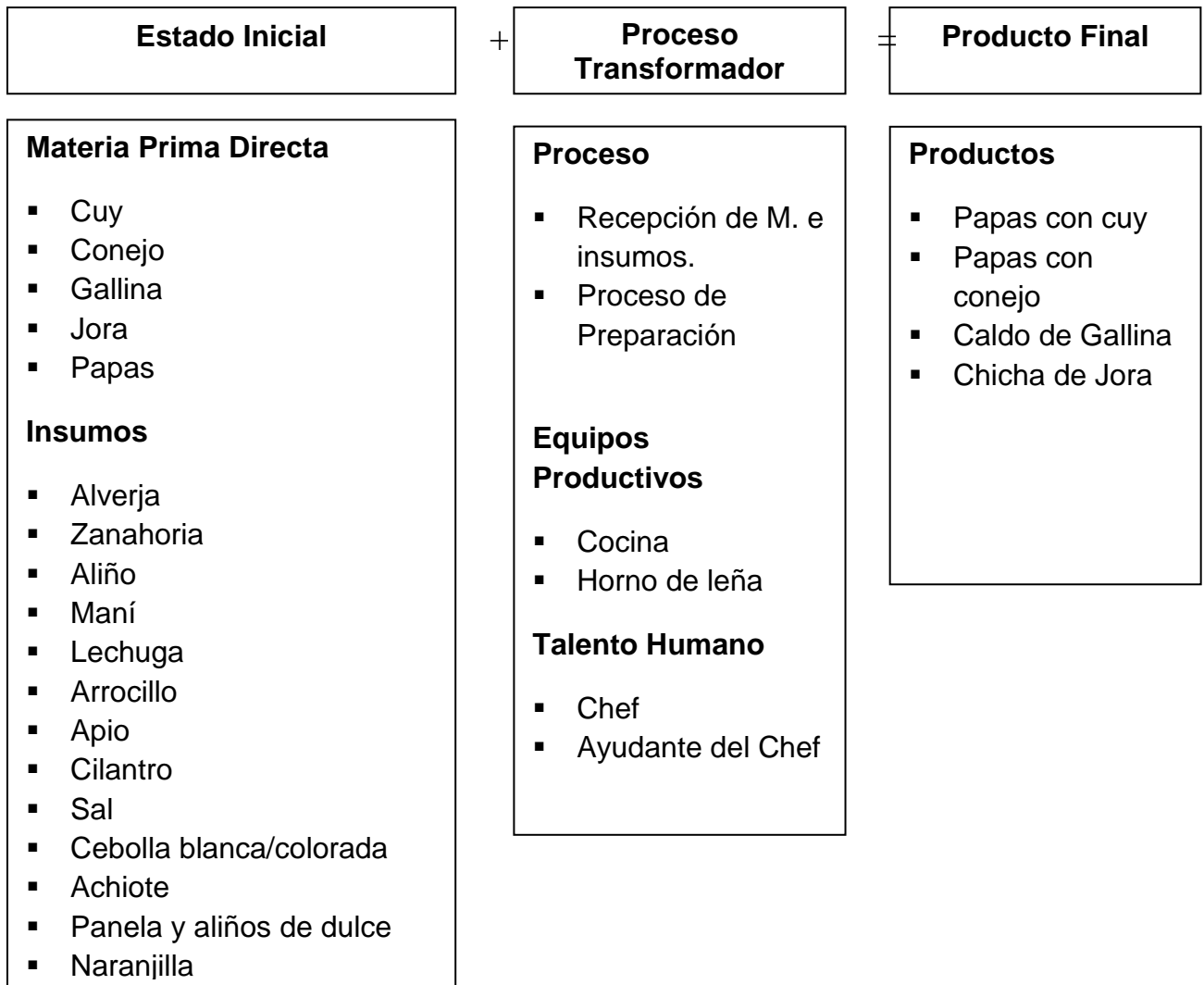
Se contratará meseros y/o meseras las mismas que brindaran un servicio oportuno y amable para que el cliente quede satisfecho.

Además contaremos con una cocina industrial que permitirá atender rápidamente al cliente con los platos típicos ancestrales que se encuentren en el menú, cumpliendo con el tanque de gas reglamentario por las autoridades para no incumplir las leyes.

También será necesario implementar un ducto de aire el que permita la evacuación de olores del local sin que perjudique a la ciudadanía que vive o transita por el sector, así como también al cliente que se encuentre dentro del restaurante.

Se combinan los procesos anteriores para obtener un producto final; el que va a permitir llegar con el servicio de comida a los clientes.

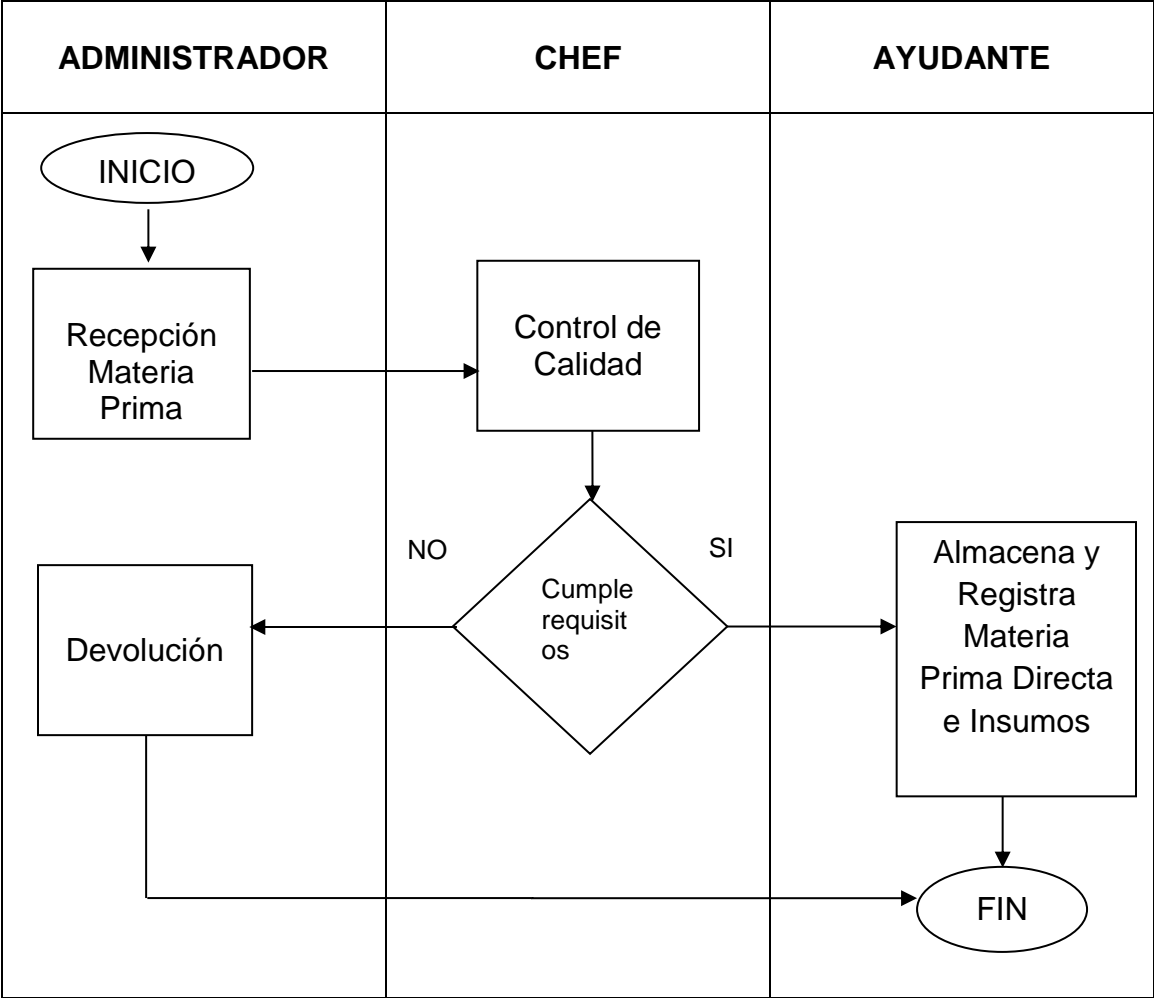
En este tipo de negocio se concentran grandes cantidades de desechos; los cuales deben ser almacenados en contenedores fuera del local hasta la llegada del servicio de recolección de desechos sólidos, proporcionado por el municipio.



3.3.1.4 DIAGRAMA DE FLUJO

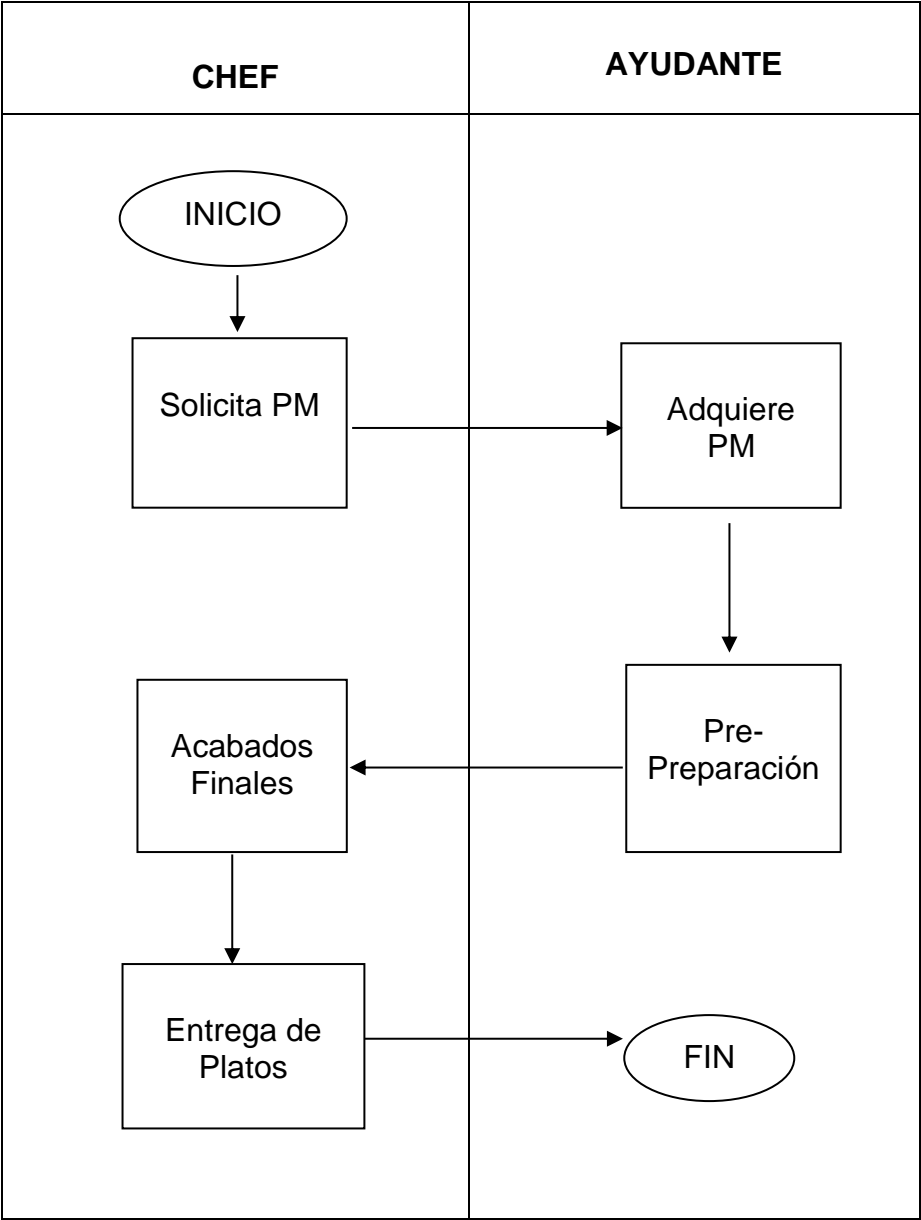
Existen diferentes tipos de flujo gramas que permiten representar los procesos que se realizarán para obtener el producto final; para este caso se considera utilizar un diagrama de flujo de proceso; en los gráficos No. 2 – 4 se muestran cada uno de los procesos necesarios para llegar a elaboración del plato típico ancestral.

GRÁFICO No. 2: RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA



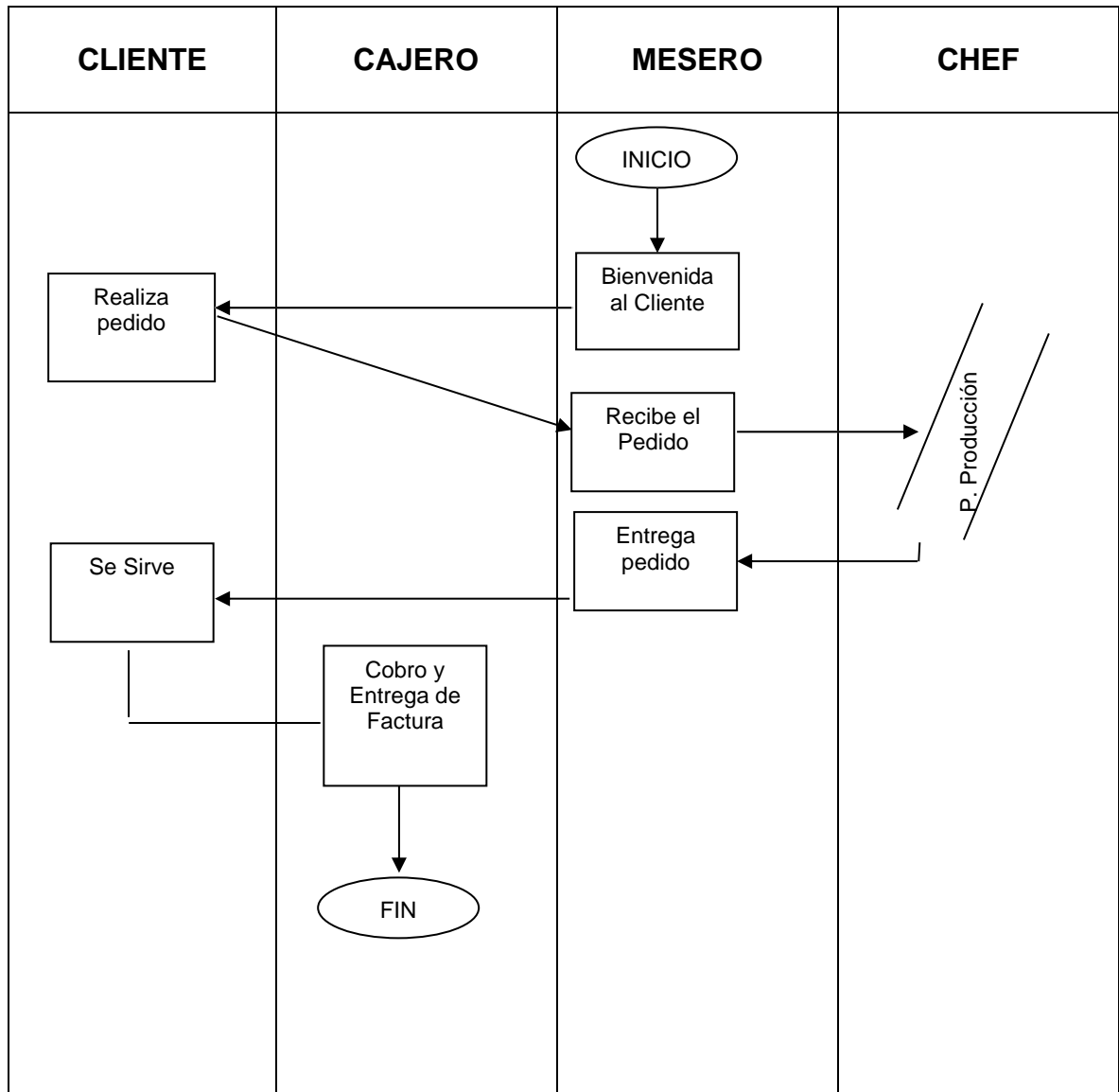
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna.

GRÁFICO N°3: PROCESO DE PREPARACIÓN DEL PLATO TÍPICO



Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna.

GRÁFICO N°4: PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE



Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna.

3.3.1.5 FLUJO DE PRODUCCIÓN

El Flujo de producción se lo realiza en base al tiempo y a los días laborables, tratando de cubrir la demanda insatisfecha, en el año se trabajara 240 días.

Para proyectar la producción de los próximos años se tomará en cuenta 1,42% el incremento poblacional, según datos del INEC, aplicando la siguiente fórmula:

$$C_o = C_n(1 + i)^n$$

En el cuadro No. 11 se determinará la producción anual de cada uno de los platos típicos ancestrales tomando como referencia la demanda potencial de los mismos; dicha información se obtuvo de las encuestas aplicadas en la ciudad de Riobamba, la misma que indica la frecuencia de compra de cada uno.

CUADRO No.11: PRODUCCIÓN DE PLATOS TÍPICOS

PLATO	PRODUCCIÓN ANUAL	PRODUCCIÓN MENSUAL	PRODUCCIÓN DIARIA
Papas con Cuy	3128	261	13
Papas con Conejo	1911	159	8
Locro de Cuy	2860	238	12
Caldo de Gallina	5160	430	22
TOTAL	13059	1088	54

Fuente: Cuadro N° 5 Demanda y Cuadro N° 6 Proyección de la demanda

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

En los cuadros No.12-16 se muestran los flujos de Producción de cada uno de los platos típicos ancestrales con el 1,42% que corresponde a la tasa de crecimiento.

CUADRO No. 12: FLUJO DE PRODUCCIÓN PAPAS CON CUY (Unidades)

AÑOS	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2013	11	65	130	261	3128
2014	11	66	132	264	3172
2015	11	67	134	268	3217
2016	11	68	136	272	3263
2017	11	69	138	276	3309

Fuente: Cuadro N° 11, Demanda Insatisfecha; INEC Tasa de Crecimiento.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 13: FLUJO DE PRODUCCIÓN PAPAS CON CONEJO (Unidades)

AÑOS	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2013	7	40	80	159	1911
2014	7	40	81	161	1938
2015	7	41	82	164	1965
2016	7	42	83	166	1993
2017	7	42	84	168	2022

Fuente: Cuadro N° 11, Demanda Insatisfecha; INEC Tasa de Crecimiento.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 14: FLUJO DE PRODUCCIÓN LOCRO DE CUY (Unidades)

AÑOS	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2013	10	60	119	238	2860
2014	10	60	121	242	2901
2015	10	61	123	245	2942
2016	10	62	124	249	2984
2017	11	63	126	252	3026

Fuente: Cuadro N° 11, Demanda Insatisfecha; INEC Tasa de Crecimiento.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 15: FLUJO DE PRODUCCIÓN CALDO DE GALLINA (Unidades)

AÑOS	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2013	18	108	215	430	5160
2014	18	109	218	436	5234
2015	18	111	221	442	5308
2016	19	112	224	449	5383
2017	19	114	227	455	5460

Fuente: Cuadro N° 11, Demanda Insatisfecha; INEC Tasa de Crecimiento.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 16: FLUJO DE PRODUCCIÓN CHICHA DE JORA (Unidades)

AÑOS	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	ANUAL
2013	45	272	544	1088	13059
2014	46	276	552	1104	13244
2015	47	280	560	1119	13432
2016	47	284	568	1135	13623
2017	48	288	576	1151	13817

Fuente: Cuadro N°11, Demanda Insatisfecha; INEC Tasa de Crecimiento.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

3.3.1.6. REQUERIMIENTO DE MATERIALES, SUMINISTROS, EQUIPO Y MAQUINARIA

En los cuadros No. 17 – 24 se hace referencia a todos los requerimientos de materia prima, materiales de limpieza, suministros, muebles y enseres, muebles de oficina, equipo de oficina, de computo, de cocina, menaje de cocina, necesarios para la ejecución del proyecto.

CUADRO No. 17: REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INSUMOS

CANT.	DETALLE	UNIDAD
2	Cuy	Unidad
1	Conejo	Unidad
11	Papas	Libras
12	Cebolla Blanca	Ramas
3/4	Maní	Libras
1/2	Achiote	Litro
1	Lechuga	Unidad
3	Aliño	Funda
2	Jora	Libra
1	Naranjilla	Funda
1	Apio	Rama
1	Arrocillo	Libra
1	Alverja	Libra
3	Cilandro	Atado
2	Ajo	Dientes
3	Ají	Funda
1	Tomates de Árbol	Funda
2	Cebollas Coloradas	Libras

Fuente: Anexo No. 7, Receta Estándar

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 18: REQUERIMIENTO DE MATERIALES DE LIMPIEZA

CANT.	UNIDAD	DETALLE
50	Paquete	Papel Higiénico (12 c/p)
5	Unidad	Escobas
5	Unidad	Trapeadores
48	Unidad	Jabones de Tocador
10	Galones	Desinfectante líquido
50	Paquetes	Fundas de Basura (20 c/p)
21	Unidad	Focos
5	Unidad	Basureros Pedalitos
2	Unidad	Basureros
2	Unidad	Palas de Basura
2	Unidad	Espejos de Pared
2	Unidad	Toallas para baño
4	Unidad	Manteles de cocina
1	Unidad	Reloj de Pared
10	Unidad	Arreglos de Mesa de Barro y flores

Fuente: Almacén Plastipañal, Empresa de Gas

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No.19: REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES

CANT.	UNIDAD	DETALLE
10	Unidad	Mesas de Madera
45	Unidad	Sillas de Madera

Fuente: Almacenes de la Ciudad.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 20: REQUERIMIENTO DE MUEBLES DE OFICINA

CANT.	UNIDAD	DETALLE
1	Unidad	Escritorio
5	Unidad	Sillas
1	Unidad	Sillas Giratoria

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 21: REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA

CANT.	UNIDAD DE MEDIDA	DETALLE
1	Unidad	Caja Registradora
1	Unidad	Minicomponente
1	Unidad	Plasma de 21´
1	Unidad	Archivador

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No.22: REQUERIMIENTO EQUIPO DE COCINA

CANT.	UNIDAD	DETALLE
1	Unidad	Cocina Industrial (6 quemadores)
1	Unidad	Refrigerador
1	Unidad	Licuada
1	Unidad	Congelador

Fuente: Almacén Comandato

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 23: REQUERIMIENTO EQUIPO DE COMPUTO

CANT.	UNIDAD	DETALLE
1	Unidad	Computador
1	Unidad	Impresora

Fuente: Distribuidor Autorizado EnterSystem

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No.24: REQUERIMIENTO MENAJE DE COCINA

CANT.	UNIDAD	DETALLE
50	Unidad	Vasos de Cristal (Long Drink)
20	Unidad	Jarras de Cristal
50	Unidad	Platos Tendidos
50	Unidad	Platos Soperos
50	Juegos	Juego cubiertos 5 piezas
14	Unidad	Manteles
7	Unidad	Cubre Manteles
15	Unidad	Servilleteros
7	Unidad	Saleros
7	Unidad	Ajiceros
1	Unidad	Ollas grandes tipo industrial (5 piezas)
1	Unidad	Ollas medianas tipo industrial (5 piezas)
2	Unidad	Sartén imusa industrial
2	Unidad	Cucharas de Palo
2	Unidad	Cucharas perforadas de Acero
2	Unidad	Cucharas de acero inoxidable
2	Unidad	Tenedores de acero inoxidable

Fuente: Almacén de Plásticos Plastipañal.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

3.3.1.7. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

En los cuadros No. 25 – 26 se hace referencia a los requerimientos de personal administrativo y de comercialización necesarios para la ejecución del proyecto.

CUADRO No. 25: REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

DETALLE	CANTIDAD
Administrador	1

Fuente: Autoras

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 26: REQUERIMIENTO PERSONAL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

DETALLE	CANTIDAD
Chef	1
Ayudante de Cocina	1
Mesero	1

Fuente: Autoras

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

3.4. ANÁLISIS DE PRECIOS

“La fijación del precio de venta constituye también un aspecto importante en el proceso del marketing.

El producto no sólo tiene que ser capaz de satisfacer las necesidades, los deseos y las expectativas del consumidor, sino también debe estar al alcance de sus

posibilidades económicas, y a la vez tener fuerza competitiva frente a los productos ofrecidos por otras empresas”²³.

3.4.1 FIJACIÓN DE PRECIOS

De acuerdo a las personas encuestadas, se puede mencionar que 100 gastan entre 5.00 – 6.00 dólares en sus salidas a comer y que 91 personas gastan entre 3.00 – 4.00.

En los cuadros N° 27 - 29, se detalla los totales de los costos de producción en los que incurre el restaurante para la preparación de los cuatro platos típicos, lo que va a determinar el precio de venta de cada uno.

En el cuadro de mano de obra está la suma del sueldo del chef y ayudante de cocina (\$ 636,00) dividido para el número de platos que se va a elaborar (4 y 1 bebida). Con respecto a los CIF se ha tomado el valor mensual, los mismos que se han dividido de para los platos a elaborar (4 platos y 1 bebida).

CUADRO No. 27: MATERIA PRIMA DIRECTA E INSUMOS

DETALLE	DIRECTA	INSUMOS
Papas con Cuy	\$ 5,40	\$ 1,93
Papas con Conejo	\$ 6,60	\$ 3,03
Locro de Cuy	\$ 5,00	\$ 1,10
Caldo de Gallina	\$ 8,00	\$ 3,70
Chicha de Jora	\$ 1,60	\$ 1,50

Fuente: Anexo No. 7 Receta estándar de los platos típicos

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

²³ Diseño, Elaboración de Proyectos Productivos; Ing. Norberto Morales

CUADRO No. 28: MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	MENSUAL	N° PLATOS	VALOR MENSUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 636,00	5	\$ 127,20

Fuente: Anexo No. 8 MOD

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 29: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CANT.	DETALLE	UNIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
	INSUMOS		\$ 9,70	\$ 13,75
6	Papas	Libra	\$ 0,20	\$ 1,20
12	Cebolla Blanca	Rama	\$ 0,10	\$ 1,20
$\frac{3}{4}$	Maní	Libra	\$ 1,80	\$ 1,35
1/2	Achiote	Litro	\$ 1,60	\$ 0,80
1	Lechuga	Unidad	\$ 0,25	\$ 0,25
3	Aliño	Funda	\$ 0,50	\$ 1,50
1	Naranjilla	Funda	\$ 0,50	\$ 0,50
1	Apio	Rama	\$ 0,10	\$ 0,10
1	Arrocillo	Libra	\$ 0,45	\$ 0,45
1	Alverja	Libra	\$ 1,00	\$ 1,00
2	Ajo	Dientes	\$ 0,15	\$ 0,30
2	Zanahoria	Libras	\$ 0,25	\$ 0,50
12	Sal	Cucharas	\$ 0,05	\$ 0,60
3	Ají	Funda	\$ 0,25	\$ 0,75
1	Tomates de Árbol	Funda	\$ 1,00	\$ 1,00

	GASTOS DE FABRICA		\$ 12,00	\$ 144,00
1	Agua	Mes	\$ 1,00	\$ 12,00
1	Luz Eléctrica	Mes	\$ 5,00	\$ 60,00
2	Tanque de gas	Tanque	\$ 5,00	\$ 60,00
1	Fósforos (20 c/caja)	Paquete	\$ 1,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 21,70	\$ 157,75

Fuente: Anexo No. 7. Recetas estándar y autoras.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

En los cuadros No. 30 - 34; se puede observar los precios de venta para cada plato, tomando en consideración los rubros de materia prima directa e indirecta, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación. Cabe recalcar que el porcentaje de utilidad para los cuatro platos típicos es 70%, dicho porcentaje se ha tomado con respecto a la competencia y 600% para la bebida.

CUADRO No. 30: PRECIO DE VENTA DEL PLATO PAPAS CON CUY

DETALLE	VALOR MENSUAL	Nº PLATOS	VALOR UNITARIO
CIF	\$ 2,40	261	\$ 0,01
Insumos			\$ 0,39
MPD			\$ 1,08
MOD	\$ 127,20	261	\$ 0,49
TOTAL			\$ 1,96
Utilidad			\$ 1,37
Precio			\$ 3,34
Precio Final			\$ 3,50

Fuente: Cuadros No.27, 28,29.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 31: PRECIO DE VENTA DEL PLATO PAPAS CON CONEJO

DETALLE	VALOR MENSUAL	Nº PLATOS	VALOR UNITARIO
CIF	\$ 2,40	159	\$ 0,02
Insumos			\$ 0,38
MPD			\$ 0,83
MOD	\$ 127,20	159	\$ 0,80
TOTAL			\$ 2,02
Utilidad			\$ 1,41
Precio			\$ 3,43
Precio Final			\$ 3,50

Fuente: Cuadros No. 27, 28,29.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 32: PRECIO DE VENTA DEL PLATO LOCRO DE CUY

DETALLE	MENSUAL	Nº PLATOS	VALOR UNITARIO
CIF	\$ 2,40	238	\$ 0,01
Insumos			\$ 0,22
MPD			\$ 1,00
MOD	\$ 127,20	238	\$ 0,53
TOTAL			\$ 1,76
Utilidad			\$ 1,23
Precio			\$ 3,00
Precio Final			\$ 3,00

Fuente: Cuadros No. 27, 28,29.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 33: PRECIO DE VENTA DEL PLATO CALDO DE GALLINA

DETALLE	MENSUAL	Nº PLATOS	VALOR UNITARIO
CIF	\$ 2,40	430	\$ 0,01
Insumos			\$ 0,31
MPD			\$ 0,67
MOD	\$ 127,20	430	\$ 0,30
TOTAL			\$ 1,28
Utilidad			\$ 0,89
Precio			\$ 2,17
Precio Final			\$ 2,50

Fuente: Cuadros No. 27, 28,29.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 34: PRECIO DE VENTA DE LA CHICHA DE JORA

DETALLE	MENSUAL	Nº PLATOS	VALOR UNITARIO
CIF	\$ 2,40	1088	\$ 0,00
Insumos			\$ 0,05
MPD			\$ 0,05
MOD	\$ 127,20	1088	\$ 0,00
TOTAL			\$ 0,11
Utilidad			\$ 0,65
Precio			\$ 0,76
Precio Final			\$ 0,75

Fuente: Cuadros N° 27, 28,29.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CAPITULO IV

ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Se evalúa los datos de la línea base sobre las características ambientales del estudio del área. Se incluye información sobre cualquier cambio anticipado antes del inicio del proyecto. Se define y describe las condiciones en el área de implantación.

4.1. PAISAJE NATURAL

“El paisaje natural del cantón Penipe está dominado por las cordilleras Real (al oriente) y Occidental (al occidente) de los Andes, las mismas que circundan un valle por donde recorren una serie de ríos y quebradas que alimentan al Río Chambo. El volcán Tungurahua, al norte del cantón, el Altar al suroriente y las montañas de Cubillín al occidente son los puntos geográficos de referencia.

Dominan las cuencas con pendientes medianas y altas (50%), con ríos de cause profundo, lecho pedregoso y de caudal permanente durante todo el año.

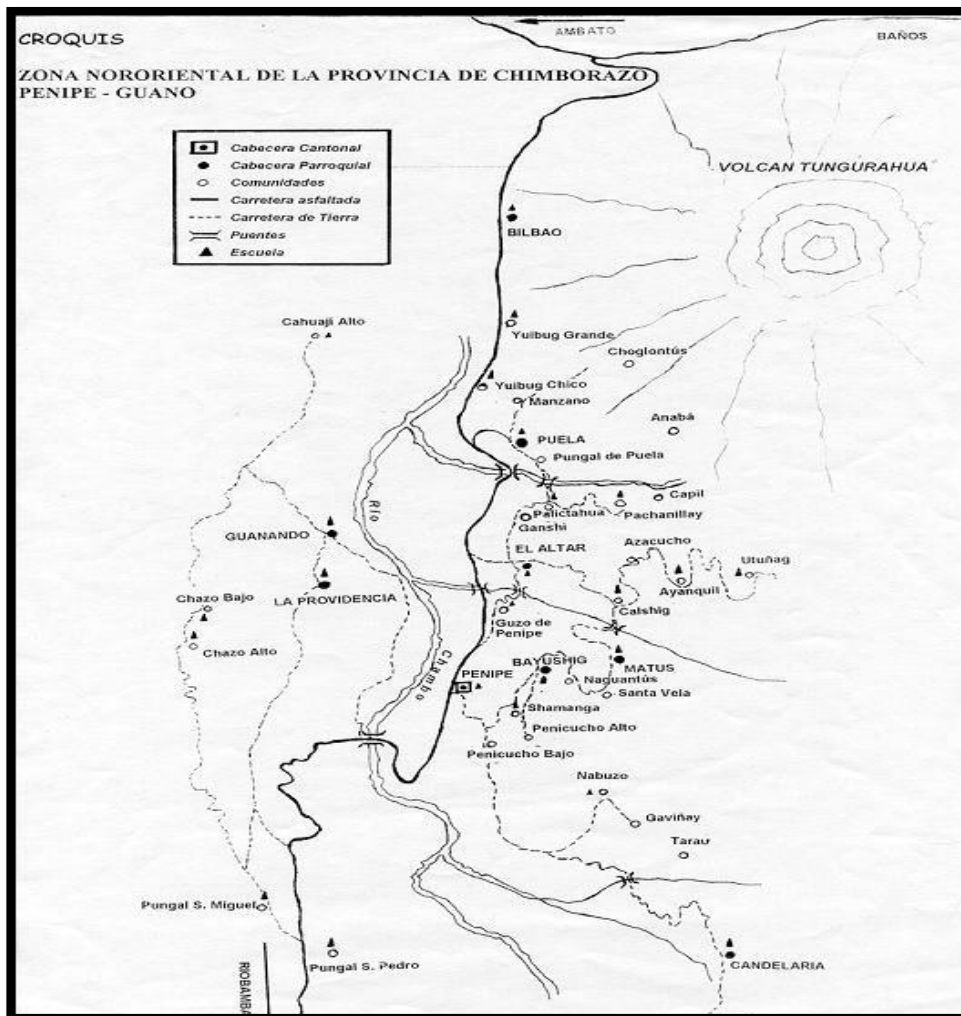
4.1.1 FORMACIONES ECOLÓGICAS Y OCUPACIÓN DEL TERRITORIO

La mayoría de las poblaciones y asentamientos humanos se encuentran en el sector occidental del cantón, entre los 2.600 y 3.500 msnm, donde la pendiente del terreno es mayor al 15%, coincidiendo con las zonas de vida Bosque Seco Montano Bajo (en su límite más alto) y el Bosque Húmedo Montano Bajo (2.600 a 3.400 msnm).

La vegetación natural ha sido remplazada en gran medida por los cultivos y los pastizales, quedando algunos relictos en las quebradas de cause profundo.

Las zonas menos pobladas (a los lados oriental, norte y sur) coinciden con las zonas de vida Bosque muy húmedo Montano, Páramo pluvial Subalpino (sobre los 3.400-3.500 msnm) y el Bosque pluvial Montano. Es en estos sectores donde se puede encontrar extensiones importantes de la cobertura vegetal original. Justamente ese sector del cantón está relacionado con el Parque Nacional Sangay²⁴.

GRÁFICO No. 5: CROQUIS DEL CANTÓN PENIPE



²⁴ Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Penipe

4.1.2 COBERTURA VEGETAL NATURAL Y FAUNA.

“De acuerdo al análisis del uso actual del suelo que se presenta en el estudio de UNOCAPE/PRODEPINE (2000), la vegetación natural ocupa el 75,28% de la superficie total del cantón (28.003 has).

Dicho estudio también propone una clasificación del territorio del cantón por zonas latitudinales. Así, la zona baja cubre 7,097 has (19,08%), la zona media cubre 14,283 has (38,40%) y la zona alta alrededor de 15,820 (42,52%).

Una de las problemáticas más importantes que se deben enfrentar se relaciona con la desaparición de la fauna silvestre provocada por la cacería y pesca furtivas y la desaparición de los bosques nativos”²⁵.

En el Cuadro No. 35 se presenta una lista de las principales especies de plantas nativas que conforman los bosques del cantón.

CUADRO No. 35: FLORA Y FAUNA DEL CANTÓN PENIPE

FLORA	FAUNA
Arrayán	Cóndor Andino
Cabuya Blanca	Conejo Silvestre
Cedro Andino	Gavilán
Chilca	Guarro
Chocho Silvestre	Lobo de Páramo
Chuquirahua	Colibrí Andino

²⁵ Plan de desarrollo del Cantón Penipe , 2003 - 2013

FLORA	FAUNA
Guanto Blanco	Mirlo
Lechero	Raposa
Paja de páramo	Cervicabra
Palo de rosa	Chucuri
Pantza	Tórtola
Pujin	Venado de cola blanca
Pumamaqui	Quilico
Quishuar	Gaviota andina
Romerillo	Zimillo
Samal	Pava de monte
Taraxaco	Vencejo

Fuente: Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Penipe

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina: Medina Villavicencio Johanna Verónica.

4.2. PROBLEMÁTICA AMBIENTAL

De acuerdo con la información levantada por el grupo de apoyo local en el proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Local del cantón Penipe, las principales tendencias en torno a la problemática ambiental, por otro lado similar a las parroquias que integran su territorio, podrían caracterizarse de la siguiente manera:

- Se señala como prioritario enfrentar la problemática de la deforestación. La percepción de la población de Penipe es que este proceso es grave debido a las prácticas tradicionales de quemas y de utilización para usos de consumo energético (leña y carbón) se agudizó a partir de la situación de emergencia

provocada por la erupción volcánica hacia finales de 1999. Muchos pobladores talaron sus bosques como una forma de obtención de ingresos dada la suspensión de actividades productivas.

- Otro problema ambiental tiene que ver con la caza y pesca indiscriminada, consecuentemente, la pérdida de especies de fauna silvestre.
- La contaminación de ríos y el deterioro de suelos de cultivos también son problemáticas ambientales identificadas como prioritarias de enfrentar.

4.3 INFORME PREVENTIVO

UBICACIÓN

La población de Palictahua es una parroquia rural, que pertenece al cantón Penipe, provincia de Chimborazo y está ubicada en el sector noreste a 26 Km de la ciudad de Riobamba.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS Y EMPLEO

Los habitantes de esta comunidad se dedican a la agricultura y ganadería, por lo que ocupa el primer lugar para la supervivencia de sus pobladores y representa el 90% de la actividad económica.

CLIMA

El clima de la zona donde se encuentra asentada la comunidad es frío, su temperatura media oscila entre 10 y 25 °C, la humedad relativa media es de 80%.

TOPOGRAFÍA DE LA ZONA

La Comunidad se encuentra asentada en una zona relativamente plana.

RECURSOS HÍBRIDOS

Se abastecen de un sistema de agua entubada y clorada en tanques de Tratamiento, así también se puede mencionar que la comuna no cuenta con el servicio de alcantarillado.

ANÁLISIS

Dentro de los efectos que causarán la implantación del Restaurante podemos mencionar las siguientes recomendaciones para evitar un daño al medio ambiente:

Los residuos de comidas no afectarán ni dañarán el medio ambiente; serán vendidos periódicamente a pobladores de la zona que requieran de este producto; ya que la mayoría de ellos cuentan con chancheras y requieren de estos residuos alimenticios.

El humo que emana el horno de leña durante el proceso de asado del cuy contaminara el aire por lo que hemos planteamos como solución la siembra de varios árboles a los alrededores para disminuir esta contaminación.

Tomando en consideración que se utilizará hornos de leña se consumirá madera la misma que incide en la tala de bosques por lo que se planteó la solución antes mencionada.

CAPITULO V

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

5.1 OBJETIVO

- Determinar la figura jurídica del Restaurante de Platos Típicos Ancestrales.
- Establecer la organización administrativa del restaurante

5.2 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Misión:

- Satisfacer a nuestros clientes con platos típicos ancestrales del cantón Penipe con los más altos estándares de calidad, excelente servicio y un ambiente acogedor.

Visión:

- Posicionarnos en el mercado a nivel local, con un alto nivel de competitividad, productividad y servicio de preferencia a nuestros clientes, para mantenerlos satisfechos con cada uno de nuestros productos.

En el aspecto administrativo de debe tomar decisiones para lograr un rápido retorno del capital invertido y el uso óptimo de cada uno de los recursos de la empresa con el fin de alcanzar los objetivos planteados, por lo que se tomará en consideración las siguientes actividades:

- Primero debemos contar con un capital adecuado.
- Planear la creación del restaurante.

- Buscar un punto estratégico para la ubicación del restaurante.
- Realizar un inventario de todo lo necesario para el restaurante.
- Adquirir equipos, utensilios, implementos necesarios para todas las áreas de restaurante.
- Acondicionar el local considerando la decoración y ambientación familiar.
- Escoger y planear el menú, platos que se van a vender.
- Recetas y procesos que se van a aplicar en la preparación de los alimentos.
- Buscar diferentes propuestas de proveedores de materia prima.
- Escoger al proveedor que ofrezca productos de mejor calidad, peso justo, precio y estándares de limpieza e higiene.
- Verificación de la calidad de las materias primas.
- Establecer precios de los platos a ofrecer.
- Contratación del equipo humano.
- Establecer salarios y remuneraciones de los empleados.
- Organizar al equipo humano.
- Capacitación del personal sobre manipulación segura de alimentos.
- Creación de políticas para empleados, clientes y proveedores.
- Requisición y recepción de productos no perecibles.
- Inventario de materia prima detallando la cantidad y peso.
- Primera limpieza general.
- Estudio preliminar del menú y fijación de precios para ventas definitivas.
- Distribución de uniformes.
- Dar a conocer al restaurante mediante hojas volantes, publicidad.
- Invitación a clientes a la inauguración del restaurante.

5.3 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

GRÁFICO NO. 6: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL RESTAURANTE DE PLATOS TÍPICOS ANCESTRALES.



ELABORADO POR:	APROBADO POR:	FECHA:
Silvia Centeno; Johanna Medina.		

REFERENCIAS
Autoridad _____

Administrador:

El Administrador es quien toma las decisiones necesarias, dentro del restaurante, se encargará de supervisar, planificar y controlar al correcto desempeño de las actividades realizadas por los subordinados dentro del restaurante. Además deberá encargarse de la parte financiera y de presentar los informes de los resultados obtenidos durante el ejercicio contable.

Chef:

Estará encargado de la planificación y preparación de cada uno de los platos típicos ancestrales que los clientes piden así también de la supervisión de los mismos antes de ser llevados a la mesa del cliente.

Mesero:

Se encargará del servicio que ofrece el restaurante, además de la promoción de cada uno de los platos típicos ancestrales.

5.3.1 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Se ha estimado que se necesitará contar con 4 trabajadores, cada uno de los cuales tendrá asignadas, en función de su puesto, ciertas tareas imprescindibles para el correcto desarrollo de la actividad.

Una vez constituida la empresa legalmente necesitamos reclutar al siguiente personal:

5.3.1.1 ADMINISTRADOR

Funciones

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes unidades.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, empleados y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Recepción y/o devolución de Materia prima.
- Opera una central telefónica pequeña, haciendo y recibiendo llamadas telefónicas, conectando las mismas con las diferentes extensiones.
- Atender al público que solicita información.
- Cobro y emisión de facturas a los clientes.

PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

- Estudios universitarios en Ingeniería Comercial o Administración de Empresas.

Experiencia Previa.

- Mínimo 1 año de experiencia en el cargo o en posiciones similares.

Habilidades

- Bases contables
- Resolución de problemas
- Iniciativa,
- Facilidad de Trabajar en Equipo
- Manejo de utilitarios de Microsoft.

Características Generales

- **Sexo:** Masculino o Femenino
- **Edad:** Entre 25 a 30 años.
- **Estado Civil:** Indiferente.

5.3.1.2 CHEF

Funciones

- Realiza control de calidad a las materias primas.
- Supervisar y coordina todo lo relativo a la producción de los alimentos.
- Solicita ingredientes para la preparación de los platos.
- Decora los platos para su presentación al cliente.
- Entrega el pedido.
- Responsable ante el administrador de las compras del restaurante.
- Selecciona a los proveedores de acuerdo a las siguientes características: calidad, cantidad, precio, disponibilidad, buen servicio, facilidades de pago.
- Formula pedidos a los proveedores.

PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

- Lcdo. en Gastronomía

Conocimientos Especiales y Habilidades

- Vocación de servicio.
- Amabilidad.
- Manejo de utilitarios.

Características Generales

- **Sexo:** Femenino o Masculino
- **Edad:** Entre 18 a 35 años.
- **Estado Civil:** Indiferente.

5.3.1.3 MESERO

Funciones

- Conoce el manejo del material y equipo del comedor.
- Limpia mesas, menús, lámparas, charolas, entre otros.
- Es el responsable del correcto montaje de las mesas.
- Se presenta al cliente con amabilidad y cortesía.
- Conoce perfectamente los platillos del menú, su tiempo de elaboración y los ingredientes con que están preparados.
- Recibe y entrega pedido del cliente.

- Sugiere al cliente bebidas, y los distintos platillos.
- Presenta el pedido al cajero para que la selle, y poder solicitar los platos a la cocina.
- Inspecciona que los platillos sean los solicitados entes de llevarlos a la mesa.
- Recoge platos sucios.

PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

- Bachiller cualquier especialidad

Experiencia Previa.

- No Indispensable.

Conocimientos Especiales y Habilidades

- Vocación de servicio

.Características Generales

- **Sexo:** Masculino o Femenino
- **Edad:** Entre 18 a 35 años.
- **Estado Civil:** Indiferente.

5.3.1.4 AYUDANTE DE COCINA

Funciones

- Almacena y registra la materia prima.
- Realizar pre -preparación con los alimentos.
- Limpia los utensilios y máquinas de la cocina.

PERFIL GENERAL DEL PUESTO

Formación Académica.

- Indispensable

Conocimientos Especiales y Habilidades

- Vocación de servicio.
- Manejo de utilitarios.

Características Generales

- **Sexo:** Masculino o Femenino
- **Edad:** Entre 18 a 35 años.
- **Estado Civil:** Indiferente.

5.4 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Estudio Legal

El Restaurante de platos típicos ancestrales estará constituida bajo la denominación **Sociedad de Hecho**, conformada por 2 personas naturales, es decir que será privada, con un determinado porcentaje de capital propio y prestado.

2. Domicilio

El Restaurante de Platos Típicos Ancestrales estará ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Penipe, parroquia El Altar, comuna Palictahua.

3. Fin

Esta creada para satisfacer los gustos y preferencia a los clientes con platos típicos ancestrales propios del cantón Penipe, con los mejores estándares de calidad e higiene, excelente servicio y un agradable ambiente.

5.4.1. REGLAMENTO INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN

5.4.1.1 POLÍTICAS PARA EL PERSONAL

- Hora de entrada a las 8:30 am.
- Hora de salida a las 17:00 pm.
- Cumplir con el horario de trabajo establecido.
- Higiene personal, limpieza del cuerpo, uñas, cabello protegido con gorro.
- Uso adecuado del uniforme.
- La persona que se encuentre enferma deberá retirarse de toda manipulación de alimentos y someterse a tratamiento oportuno.

- Correcta protección de heridas en las manos.
- Lavarse las manos cuando el personal haga uso de los servicios higiénicos.
- Tendrán 30 minutos para almorzar, se lo hará por turnos.
- El pago del sueldo se lo hará mensualmente.

5.4.1.2 POLÍTICAS PARA PROVEEDORES

- El día de la entrega de los productos se deberá pesar nuevamente para saber si está con el peso correcto.
- Los productos deberán estar bien empaquetados y sellados.
- En caso de una emergencia en algún pedido deberán estar dispuestos a cumplir con la solicitud de productos.
- Entrega puntual de pedidos.
- Mantener siempre estándares de refrigeración y de higiene en los productos.
- Entrega de productos frescos.

5.4.1.3 POLÍTICAS PARA CLIENTES

- Prohibido fumar en el establecimiento.
- No ingresar con mascotas al restaurante.
- No ingresar con otros alimentos al restaurante.
- No se aceptan cheques.
- Usar adecuadamente las instalaciones.

5.4.2 CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Uno de los primeros pasos es decir la figura legal de la empresa, de tal forma se puede mencionar que el restaurante de Platos Típicos Ancestrales será una **SOCIEDAD DE HECHO**.

Una vez decidido el tipo de sociedad del restaurante de Comidas Típicas Ancestrales es necesario realizar los siguientes Trámites:

▪ **Servicio de Rentas Internas**

En el SRI tenemos que realizar la inscripción del RUC, para realizar este trámite se necesita los siguientes requisitos:

- Copia de C.I
- Copia de la Papeleta de Votación
- Servicio Básico

▪ **Municipio de Penipe**

Obtención de la Patente Municipal con la presentación del RUC y la cancelación del valor correspondiente asignado según el monto de la respectiva inversión.

▪ **Dirección Provincial de Salud o Centro de Salud del Sector**

Obtener el permiso de funcionamiento previo cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Copia de C.I
- Copia de la Papeleta de Votación
- Permiso de los Bomberos
- Certificados Médicos actualizados.

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. COSTOS DEL PROYECTO

6.1.1 INVERSIONES

INVERSIÓN FIJA

“Este rubro se agrupa la inversión tangible e intangible, la estimación de la inversión se basa en las cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto.

INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

En este rubro de inversión se incluye los gastos que se realizan en fase pre-operativa del proyecto que no sean posible identificarlos físicamente con inversión tangible. En los cuadro No. 36 – 39 se detallan la inversión tangible e intangible del proyecto.

CUADRO No. 36: INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

RUBRO	MONTO
Gastos de Constitución	\$ 500,00
Gastos de Organización	\$ 170,00
TOTAL INTANGIBLES	\$ 670, 00

Fuente: Autores de la tesis

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

Son gastos que se reflejan en bienes fácilmente identificables y son objetivos y reales”²⁶.

CUADRO No. 37: INVERSIÓN FIJA TANGIBLE

DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
INMUEBLES			\$ 36.967,50
Terrenos		\$ 5.000,00	
Construcción del local		\$ 31.967,50	
MUEBLES Y ENSERES			\$ 525,00
Sillón	\$ 50,00	\$ 50,00	
Mesas de madera	\$ 250,00	\$ 250,00	
Sillas de madera	\$ 225,00	\$ 225,00	
EQUIPOS			\$ 2.765,00
Equipo de Computo		\$ 700,00	
Equipo de Oficina		\$ 615,00	
Caja registradora	\$ 75,00		
Minicomponente	\$ 250,00		
Plasma de 21 `	\$ 240,00		
Archivador	\$ 50,00		
Equipo de Cocina		\$ 1.380,00	
Cocina Industrial (6 quemadores)	\$ 500,00		
Refrigerador	\$ 400,00		
Congelador	\$ 400,00		
Licuadaora	\$ 80,00		
MUEBLES DE OFICINA		\$ 70,00	
Escritorio	\$ 60,00		
Silla Giratoria	\$ 10,00		
		TOTAL	\$ 40.257,50

Fuente: Almacenes de la Ciudad

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

²⁶ Diseño, Elaboración de Proyectos Productivos; Ing. Norberto Morales.

CUADRO No. 38: PRESUPUESTO MANO DE OBRA CONSTRUCCIÓN

CANT.	DETALLE	SUELDO SEMANAL	SUELDO MENSUAL	TOTAL
1	Maestro de obra	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 1.500,00
2	Albañiles	\$ 120,00	\$ 960,00	\$ 2.400,00
2	Ayudantes de Obra	\$ 100,00	\$ 800,00	\$ 2.000,00
Total			\$ 2.360,00	\$ 5.900,00

Fuente: Proforma de Construcción

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO N° 39: PRESUPUESTO OBRAS CIVILES

DETALLE	TOTAL
Pegado de Cerámica	\$ 4.500,00
Instalación Eléctrica	\$ 500,00
Instalación Agua Potable y Tuberías	\$ 350,00
Cubierta de madera	\$ 4.000,00
Instalación y teja	\$ 3.000,00
Pintura	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 13.850,00

Fuente: Proforma de Construcción

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

En los cuadros No. 40 – 42 se detallara el presupuesto de imprevistos; capital de trabajo y el total de inversión que se requiere para la ejecución del proyecto.

CUADRO N° 40: PRESUPUESTO DE IMPREVISTOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Imprevistos (10% inv. tangible)	\$ 4.025,75
Total Imprevistos	\$ 4.025,75

Fuente: Cuadro N° 37

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO N° 41: PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Capital de Trabajo (15% Inv. Tangible)	\$ 6.038,63
Imprevistos (10% total imprevistos)	\$ 402,58
Total Capital de Trabajo	\$ 6.441,20

Fuente: Cuadros N° 37 y 41

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO N° 42: INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Inversión tangible	\$ 40.257,50
Inversión Intangible	\$ 670,00
Capital de Trabajo	\$ 6.441,20
Total de Inversión	\$ 47.368,70

Fuente: Autores de la tesis

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

El proyecto debe contar con fuentes de financiamiento, de esta manera se podrá implementar el restaurante de platos típicos ancestrales, en el cantón Penipe, Parroquia El Altar, Comuna Palictahua. Se consideran 2 tipos de fuentes: propia y apalancamiento bancario.

Las fuentes propias provienen de los socios que conforman la sociedad del restaurante ya sea en activos o efectivo, mientras que el apalancamiento proviene de las instituciones financieras, en este caso se considera a la Corporación Financiera por ofrecer mayores facilidades en el otorgamiento de los créditos; el interés activo anual que aplica la entidad financiera en la actualidad es del 11,20%.

Se considera un préstamo de largo plazo para financiar la inversión fija por \$ 47.368,70, los pagos del préstamo se realizarán en forma mensual por un período de 10 años.

La inversión total de \$ 47.368,70 se financia de la siguiente manera: con capital propio de \$ 21.128,70 en efectivo y \$ 6.240,00 en Activos Fijos y el préstamo por el monto de \$ 20.000,00.

CUADRO N° 43: FINANCIAMIENTO

Aportación en Efectivo	\$ 21.128,70
Aportación en Activos	\$ 6.240,00
Préstamo Bancario	\$ 20.000,00

Fuente: Autores de la tesis, Anexo N° 9

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

6.1.2 INGRESOS

En los cuadros No. 44 - 47 se muestran, los flujos de ventas de cada uno de los platos típicos ancestrales, tomando en consideración que la producción anual fue proyectada en con la Tasa de Crecimiento (1.42%) y los precios con un incremento del 4.16% que corresponde a la tasa de inflación:

CUADRO No. 44: FLUJO DE VENTAS DEL PLATO PAPAS CON CUY

AÑO	PRECIO	PRODUCCIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
2013	\$ 3,50	3128	\$ 10.947,27
2014	\$ 3,65	3172	\$ 11.564,60
2015	\$ 3,80	3217	\$ 12.216,74
2016	\$ 3,96	3263	\$ 12.905,65
2017	\$ 4,12	3309	\$ 13.633,40

Fuente: Autores de la Tesis. Cuadro No. 12.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 45: FLUJO DE VENTAS DEL PLATO PAPAS CON CONEJO

AÑO	PRECIO	PRODUCCIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
2013	\$ 3,50	1911	\$ 6.687,63
2014	\$ 3,65	1938	\$ 7.064,76
2015	\$ 3,80	1965	\$ 7.463,14
2016	\$ 3,96	1993	\$ 7.883,99
2017	\$ 4,12	2022	\$ 8.328,58

Fuente: Autores de la Tesis. Cuadro No. 13.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 46: FLUJO DE VENTAS DEL PLATO LOCRO DE CUY

AÑO	PRECIO	PRODUCCIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
2013	\$ 3,00	2860	\$ 8.580,13
2014	\$ 3,12	2901	\$ 9.063,97
2015	\$ 3,25	2942	\$ 9.575,10
2016	\$ 3,39	2984	\$ 10.115,04
2017	\$ 3,53	3026	\$ 10.685,44

Fuente: Autores de la Tesis. Cuadro No. 14.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 47: FLUJO DE VENTAS DEL PLATO CALDO DE GALLINA

AÑO	PRECIO	PRODUCCIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
2013	\$ 2,50	5160	\$ 12.900,62
2014	\$ 2,60	5234	\$ 13.628,10
2015	\$ 2,71	5308	\$ 14.396,60
2016	\$ 2,83	5383	\$ 15.208,43
2017	\$ 2,94	5460	\$ 16.066,05

Fuente: Autores de la Tesis. Cuadro No. 15.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO N° 48: FLUJO DE VENTAS CHICHA DE JORA

AÑO	PRECIO	PRODUCCIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
2013	\$ 0,75	13059	\$ 9.794,13
2014	\$ 0,78	13244	\$ 10.346,43
2015	\$ 0,81	13432	\$ 10.929,87
2016	\$ 0,85	13623	\$ 11.546,21
2017	\$ 0,88	13817	\$ 12.197,31

Fuente: Autores de la Tesis. Cuadro No. 16.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

6.1.3 EGRESOS

En los cuadros No. 49 – 60 se detallaran los costos y gastos que va a incurrir el proyecto de tal manera que asegure el correcto funcionamiento del restaurante, las proyecciones anuales son en base a la Tasa de Crecimiento (1,42%) y el Costo al de la Inflación (4.16%).

CUADRO No. 49: MATERIA PRIMA PARA EL PLATO PAPAS CON CUY

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	3128	\$ 1,08	\$ 3.378,02
2014	3172	\$ 1,12	\$ 3.568,50
2015	3217	\$ 1,17	\$ 3.769,74
2016	3263	\$ 1,22	\$ 3.982,31
2017	3309	\$ 1,27	\$ 4.206,88

Fuente: Cuadro No. 27 y 44.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 50: MATERIA PRIMA PARA EL PLATO PAPAS CON CONEJO

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	1911	\$ 0,83	\$ 1.576,37
2014	1938	\$ 0,86	\$ 1.665,26
2015	1965	\$ 0,90	\$ 1.759,17
2016	1993	\$ 0,93	\$ 1.858,37
2017	2022	\$ 0,97	\$ 1.963,16

Fuente: Cuadro No. 27 y 45.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 51: MATERIA PRIMA PARA EL PLATO LOCRO DE CUY

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	2860	\$ 1,00	\$ 2.860,04
2014	2901	\$ 1,04	\$ 3.021,32
2015	2942	\$ 1,08	\$ 3.191,70
2016	2984	\$ 1,13	\$ 3.371,68
2017	3026	\$ 1,18	\$ 3.561,81

Fuente: Cuadro No. 27 y 46.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 52: MATERIA PRIMA PARA EL CALDO DE GALLINA

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	5160	\$ 0,67	\$ 3.440,17
2014	5234	\$ 0,69	\$ 3.634,16
2015	5308	\$ 0,72	\$ 3.839,09
2016	5383	\$ 0,75	\$ 4.055,58
2017	5460	\$ 0,78	\$ 4.284,28

Fuente: Cuadro No. 27 y 47.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 53: MATERIA PRIMA PARA LA BEBIDA CHICHA DE JORA

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	13059	\$ 0,05	\$ 696,47
2014	13244	\$ 0,06	\$ 735,75
2015	13432	\$ 0,06	\$ 777,24
2016	13623	\$ 0,06	\$ 821,06
2017	13817	\$ 0,06	\$ 867,36

Fuente: Cuadro No. 27 y 48.

CUADRO No. 54: INSUMOS PARA EL PLATO PAPAS CON CUY

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	3128	\$ 0,39	\$ 1.204,20
2014	3172	\$ 0,40	\$ 1.272,11
2015	3217	\$ 0,42	\$ 1.343,84
2016	3263	\$ 0,44	\$ 1.419,62
2017	3309	\$ 0,45	\$ 1.499,67

Fuente: Cuadro No. 27 y 44.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 55: INSUMOS PARA EL PLATO PAPAS CON CONEJO

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	1911	\$ 0,38	\$ 722,50
2014	1938	\$ 0,39	\$ 763,25
2015	1965	\$ 0,41	\$ 806,29
2016	1993	\$ 0,43	\$ 851,75
2017	2022	\$ 0,45	\$ 899,78

Fuente: Cuadro No. 27 y 45.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 56: INSUMOS PARA EL PLATO LOCRO DE CUY

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	2860	\$ 0,22	\$ 629,21
2014	2901	\$ 0,23	\$ 664,69
2015	2942	\$ 0,24	\$ 702,17
2016	2984	\$ 0,25	\$ 741,77
2017	3026	\$ 0,26	\$ 783,60

Fuente: Cuadro No. 27 y 46.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 57: INSUMOS PARA EL CALDO DE GALLINA

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	5160	\$ 0,31	\$ 1.591,08
2014	5234	\$ 0,32	\$ 1.680,80
2015	5308	\$ 0,33	\$ 1.775,58
2016	5383	\$ 0,35	\$ 1.875,71
2017	5460	\$ 0,36	\$ 1.981,48

Fuente: Cuadro No. 27 y 47.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 58: INSUMOS PARA LA BEBIDA CHICHA DE JORA

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2013	13059	\$ 0,05	\$ 652,94
2014	13244	\$ 0,05	\$ 689,76
2015	13432	\$ 0,05	\$ 728,66
2016	13623	\$ 0,06	\$ 769,75
2017	13817	\$ 0,06	\$ 813,15

Fuente: Cuadro No.27 y 48.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 59: MANO DE OBRA DIRECTA

AÑO	COSTO MENSUAL	VALOR ANUAL
2013	\$ 636,00	\$ 7.632,00
2014	\$ 662,46	\$ 7.949,49
2015	\$ 690,02	\$ 8.280,19
2016	\$ 718,72	\$ 8.624,65
2017	\$ 748,62	\$ 8.983,43

Fuente: Cuadro No. 28.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CUADRO No. 60: COSTOS INDIRECTOS DE FÁBRICA

AÑOS	COSTO UNITARIO	VALOR ANUAL
2013	\$ 12,00	\$ 144,00
2014	\$ 12,50	\$ 149,99
2015	\$ 14,50	\$ 173,99
2016	\$ 16,50	\$ 197,99
2017	\$ 18,50	\$ 221,99

Fuente: Cuadro No. 29.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

En el cuadro No. 61 se muestra las depreciaciones, amortizaciones y el gasto interés correspondiente a cada año.

CUADRO No. 61: DEPRECIACIONES, AMORTIZACIONES E INTERESES

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<u>Depreciaciones</u>					
Edificios	\$ 1.598,38	\$ 1.598,38	\$ 1.598,38	\$ 1.598,38	\$1.598,38
Muebles y Enseres	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50	\$ 52,50
Muebles de Oficina	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
Equipo de Oficina	\$ 61,50	\$ 61,50	\$ 61,50	\$ 61,50	\$ 61,50
Equipo de Cocina	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00	\$ 138,00
Equipo de Computo	\$ 233,31	\$ 233,31	\$ 233,31		
<u>Amortizaciones</u>					
Gastos de Constitución	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Gastos de Organización	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 34,00	\$ 34,00
<u>Gasto Interés</u>					
Intereses por Pagar	\$ 2.182,10	\$ 2.046,34	\$ 1.894,58	\$ 1.724,91	\$ 1.535,24
TOTAL	\$ 4.403,28	\$ 4.267,53	\$ 4.115,76	\$ 3.712,79	\$ 3.523,12

Fuente: Autores de la Tesis.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

6.1.4. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros ofrecen una visión clara de la evolución del restaurante, a continuación se mostrarán los estados financieros del Restaurante de Platos Típicos Ancestrales.

En el cuadro No. 62 se representa todas las operaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima hasta su transformación, lo que nos permitirá obtener el costo de producción para cada año según corresponda:

CUADRO No. 62: ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN

DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017
MPD					
INVENTARIO INICIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ COMPRAS	\$ 11.951,07	\$ 12.625,00	\$ 13.336,93	\$ 14.089,01	\$ 14.883,50
= MP DISPONIBLE	\$ 11.951,07	\$ 12.625,00	\$ 13.336,93	\$ 14.089,01	\$ 14.883,50
INVENTARIO FINAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
= MP UTILIZADA	\$ 11.951,07	\$ 12.625,00	\$ 13.336,93	\$ 14.089,01	\$ 14.883,50
- MOD	\$ 7.632,00	\$ 7.949,49	\$ 8.280,19	\$ 8.624,65	\$ 8.983,43
CIF	\$ 5.003,93	\$ 5.283,09	\$ 5.617,03	\$ 5.967,08	\$ 6.334,18
= COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 24.587,00	\$ 25.857,58	\$ 27.234,15	\$ 28.680,74	\$ 30.201,11

Fuente: Autores de la Tesis.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

6.1.4.1 ESTADO DE RESULTADOS DEL RESTAURANTE DE PLATOS TÍPICOS ANCESTRALES (Dólares)

INGRESOS		
INGRESOS OPERACIONALES		
		\$ 48.909,80
(-)	Costos de producción	\$ 24.587,00
(=)	Utilidad en Ventas	<u>\$ 24.322,79</u>
INGRESOS NO OPERACIONALES		
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.996,00
	<u>Personal Administrativo</u>	<u>\$ 3.816,00</u>
	Sueldos y Salarios	<u>\$ 3.816,00</u>
	<u>Suministros y Materiales</u>	<u>\$ 60,00</u>
	Útiles de Oficina	\$ 36,00
	Útiles de Aseo y Limpieza	<u>\$ 24,00</u>
	<u>Servicios</u>	<u>\$ 120,00</u>
	Luz Eléctrica	\$ 60,00
	Servicio telefónico	<u>\$ 60,00</u>
(-)	GASTOS DE VENTAS	\$ 5.016,00
	<u>Personal de ventas</u>	<u>\$ 3.816,00</u>
	Sueldos y Salarios	<u>\$ 3.816,00</u>
	<u>Publicidad y Propaganda</u>	<u>\$ 1.200,00</u>
	Publicidad y Propaganda	<u>\$ 1.200,00</u>
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 15.310,79
(-)	GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.403,28
	<u>Depreciaciones</u>	<u>\$ 2.087,19</u>
	Depreciación Edificios	\$ 1.598,38
	Depreciación Muebles y Enseres	\$ 52,50
	Depreciación Muebles de Oficina	\$ 3,50
	Depreciación Equipo de Oficina	\$ 61,50
	Depreciación Equipo de Cocina	\$ 138,00
	Depreciación Equipo de Computo	<u>\$ 233,31</u>
	<u>Amortizaciones</u>	<u>\$ 134,00</u>
	Gastos de Constitución	\$ 100,00
	Gastos de Organización	<u>\$ 34,00</u>
	<u>Gasto Interés</u>	<u>\$ 2.182,10</u>
	Intereses por pagar	<u>\$ 2.182,10</u>
(=)	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 10.907,51

6.1.4.2 BALANCE GENERAL DEL RESTAURANTE DE PLATOS TÍPICOS ANCESTRALES (Dólares)

ACTIVOS			
CORRIENTE			\$ 29.383,99
Disponible			<u>\$ 27.597,17</u>
Caja	\$ 7.597,17		
Bancos	<u>\$ 20.000,00</u>		
Realizable			<u>\$ 1.786,82</u>
Materiales de aseo	\$ 548,90		
Menaje de Cocina	<u>\$ 1.237,92</u>		
FIJO			\$ 38.170,32
No Depreciables			<u>\$ 5.000,00</u>
Terrenos	<u>\$ 5.000,00</u>		
Depreciable			<u>\$ 33.170,32</u>
Edificios	\$ 31.967,50		
(-) Deprec. Edificios	<u>\$ 1.598,38</u>	<u>\$ 30.369,13</u>	
Muebles y Enseres	\$ 525,00		
(-) Deprec. Muebles Enseres	<u>\$ 52,50</u>	<u>\$ 472,50</u>	
Muebles de Oficina	\$ 70,00		
(-) Deprec. Muebles de Oficina	<u>\$ 3,50</u>	<u>\$ 66,50</u>	
Equipo de Oficina	\$ 615,00		
(-) Deprec. Equipo de Oficina	<u>\$ 61,50</u>	<u>\$ 553,50</u>	
Equipo de Cocina	\$ 1.380,00		
(-) Deprec. Equipo de Cocina	<u>\$ 138,00</u>	<u>\$ 1.242,00</u>	
Equipo de Computo	\$ 700,00		
(-) Deprec. Equipo de Computo	<u>\$ 233,31</u>	<u>\$ 466,69</u>	
DIFERIDOS			\$ 536,00 \$ 536,00
Gastos de Constitución	\$ 500,00		
(-) Amort. Gastos Constitución	<u>\$ 100,00</u>	<u>\$ 400,00</u>	
Gastos de Organización	\$ 170,00		
(-) Amort. Gastos Organización	<u>\$ 34,00</u>	<u>\$ 136,00</u>	
TOTAL ACTIVOS			<u>\$ 68.090,31</u>
PASIVOS			
CORRIENTE			\$ 10.965,23
Préstamo Bancario		\$ 1.151,13	
Interés Pagado		\$ 2.182,10	
Sueldos Pagados		\$ 7.632,00	
NO CORRIENTE			\$ 18.848,87
Préstamo Bancario		<u>\$ 18.848,87</u>	
PATRIMONIO			\$ 38.276,21
CAPITAL			
Capital		<u>\$ 27.368,70</u>	
RESULTADOS			
Utilidad del Ejercicio		<u>\$ 10.907,51</u>	
TOTAL PASIVO + PATR.			<u>\$ 68.090,31</u>

6.1.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Se requiere de una fórmula para conocer el punto de equilibrio tanto en ventas como en porcentaje de esta manera se puede conocer, que valor se necesita alcanzar en ventas para estar en un punto neutro que no se gana pero tampoco se pierde. La fórmula para el cálculo en ventas es la siguiente:

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

PVU= Precio de Venta Unitario

CVU= Costo Variable Unitario.

En el cuadro No. 63, se puede observar el número de platos que debemos vender para cubrir los costos que requiere la elaboración de los diferentes platillos.

CUADRO No. 63: ESTRATIFICACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	PAPAS CON CUY	PAPAS CON CONEJO	LOCRO DE CUY	CALDO DE GALLINA	CHICHA DE JORA
COSTOS FIJOS	\$ 3.290,00	\$ 3.290,00	\$ 3.290,00	\$ 3.290,00	\$ 3.290,00
PRECIO DE VENTA UNITARIO	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,00	\$ 2,50	\$ 0,75
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 1,96	\$ 2,02	\$ 1,76	\$ 1,28	\$ 0,11
PUNTO DE EQUILIBRIO	2139	2219	2661	2689	5128

Fuente: Cuadro No. 44 -48

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina: Medina Villavicencio Johanna Verónica.

CAPITULO VII

EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

7.1. EVALUACIÓN ECONÓMICA

7.1.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN O VNP)

Con este indicador de evaluación se determinara la aceptación o rechazo de un proyecto dependiendo de la tasa de interés que se utilice.

$$VAN = \epsilon \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

FN= Flujo neto

I= Tasa de Interés

n= Número de años que dura el proyecto

Io= Inversión

En el cuadro No.64 se determinara el valor del dinero actual (Hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro a una tasa de interés y a un periodo determinado; se utilizó una tasa de descuento del 4,87% que se estableció en base a: Inversionista dentro de esta se analizó la tasa pasiva e inflación; y Banco en la que se consideró la tasa activa.

En el cuadro No.65, se utilizó una tasa de descuento del 15%.

CUADRO No. 64: VALOR ACTUAL NETO 1

AÑO	VALORES CORRIENTES			FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALORES ACTUALES		
	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS		INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
0	\$ (47.368,70)			1	\$ (47.368,70)		
1		\$ 48.909,80	\$ (38.002,28)	0,953517		\$ 46.636,33	\$ (36.235,83)
2		\$ 51.667,85	\$ (39.456,10)	0,909195		\$ 46.976,15	\$ (35.873,28)
3		\$ 54.581,44	\$ (41.013,16)	0,866933		\$ 47.318,45	\$ (35.555,66)
4		\$ 57.659,33	\$ (41.202,86)	0,826635		\$ 47.663,24	\$ (34.059,74)
5		\$ 60.910,78	\$ (42.894,03)	0,788211		\$ 48.010,55	\$ (33.809,55)
	\$ (47.368,70)	\$ 273.729,20	\$ (202.568,43)		\$ (47.368,70)	\$ 236.604,71	\$ (175.534,06)

Fuente: Autores de la Tesis y Anexo N°10

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

VAN 1= INGRESO - INVERSIÓN - COSTO

VAN 1= \$ 13.701,96

CUADRO No. 65: VALOR ACTUAL NETO 2

AÑO	VALORES CORRIENTES			FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALORES ACTUALES		
	INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS		INVERSIÓN	INGRESOS	COSTOS
0	\$ (47.368,70)			1	\$ (47.368,70)		
1		\$ 48.909,80	\$ (38.002,28)	0,869565		\$ 42.530,26	\$ (33.045,46)
2		\$ 51.667,85	\$ (39.456,10)	0,756144		\$ 39.068,32	\$ (29.834,48)
3		\$ 54.581,44	\$ (41.013,16)	0,657516		\$ 35.888,18	\$ (26.966,82)
4		\$ 57.659,33	\$ (41.202,86)	0,571753		\$ 32.966,91	\$ (23.557,87)
5		\$ 60.910,78	\$ (42.894,03)	0,497177		\$ 30.283,42	\$ (21.325,91)
	\$ (47.368,70)	\$ 273.729,20	\$ (202.568,43)		\$ (47.368,70)	\$ 180.737,09	\$ (134.730,54)

Fuente: Autores de la Tesis.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina; Medina Villavicencio Johanna Verónica.

VAN 2= INGRESO - INVERSIÓN – COSTO

VAN 2= \$ (1.362,15)

7.1.2 TASA INTERNA DE RETORNO

“La tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto”²⁷.

FORMULA

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 + VAN_2} \right]$$

TIR= Tasa Interna de Retorno

i2= Tasa de Actualización del último VAN negativo.

i1= Tasa de Actualización del primer VAN positivo.

VAN 1= Valor actual neto obtenido con el i1.

VAN 2= Valor actual neto obtenido con el i2.

VAN 2= Valor actual neto obtenido con el i2.

i1=	4,87%
i2=	15%
VAN 1=	\$ 13.701,96
VAN 2=	\$ (1.362,15)
TIR=	14,1%

Cuando la Tasa Interna de Retorno es mayor a la Tasa de Descuento el proyecto a ejecutar es viable.

²⁷ Evaluación y Administración de Proyectos; Ing. Carlos García

7.1.3 RELACIÓN COSTO BENEFICIO

“La relación costo beneficio, toma los ingresos y egresos netos presentes del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

$$\text{RB/C} = \text{Ingresos} / \text{Costos}$$

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO VALORES CORRIENTES

INGRESOS	\$	273.729,20		
COSTOS	\$	202.568,43		
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO			\$	1,35

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO VALORES ACTUALES

INGRESOS	\$	236.604,71		
COSTOS	\$	175.534,06		
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO			\$	1,35

La relación Costo Beneficio nos indica que por cada \$ 1,00 invertido se obtiene \$ 0,35 de ganancia.

7.1.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial²⁸.

²⁸ Evaluación y Administración de Proyectos; Ing. Carlos García

En el cuadro No. 66 se presentan los flujos de caja respectivos para cada periodo con el fin de determinar el tiempo en el que se recuperará la inversión realizada en el proyecto. La inversión se recuperara en un periodo de 3 años, 7 meses y 23 días.

CUADRO No. 66: FLUJOS DE CAJA

AÑOS	FLUJOS
2013	\$ 10.907,51
2014	\$ 12.211,76
2015	\$ 13.568,28
2016	\$ 16.456,47
2017	\$ 18.016,75

Inversión Inicial	\$ 47.368,70
Suma de Flujos	\$ 53.144,02
	\$ (5.775,32)

Fuente: Autores de la Tesis – Flujo de Fondos.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina: Medina Villavicencio Johanna Verónica.

En el cuadro No. 67 se presenta los indicadores financiero tomados en cuenta para determinar la viabilidad del proyecto.

CUADRO No. 67: INDICADORES FINANCIEROS

VAN 1 = USD 13.701,96 (tasa porcentual 4,87%)
VAN 2 = - 1.362,15 (tasa porcentual 15%)
TIR = 14,1%
RB/C 1 = USD. 1.35
RB/C 2 = USD. 1.35
PRI = 3 años, 7 meses y 23 días

Fuente: Autores de la Tesis.

Elaborado: Centeno Sánchez Silvia Karina: Medina Villavicencio Johanna Verónica.

7.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.2.1. RAZONES DE LIQUIDEZ

“La liquidez de una organización es juzgada por la capacidad para saldar las obligaciones corto plazo que se han adquirido a medida que estas se vencen.

7.2.1.1 RAZÓN CIRCULANTE

$$\textit{Razón Circulante:} \frac{\textit{Activo Circulante}}{\textit{Pasivo Circulante}}$$

$$\textit{Razón Circulante:} \frac{29.383,99}{10.965,23}$$

$$\textit{Razón Circulante:} \$ 2,68$$

La empresa dispone de \$ 2,68 de activos circulantes por cada dólar de pasivo circulante.

7.2.2. RAZONES DE RENTABILIDAD

Existen muchas medidas de rentabilidad, la cual relaciona los rendimientos de la empresa con sus ventas, activos o capital contable. Miden el éxito de la empresa en un periodo determinado

7.2.2.1 ÍNDICE DE MARGEN BRUTO

$$\textit{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{\textit{Utilidad Bruta}}{\textit{Ventas Netas}}$$

$$\textit{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{24.322,79}{48.909,80}$$

$$\textit{Margen de Utilidad Bruta: } 50\%$$

Este índice nos muestra que el 50% de las utilidades brutas obtenidas para el presente año corresponde a las ventas netas que las produce.

7.2.2.2 ÍNDICE DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN

$$\textit{Rendimiento sobre la Inversión: } \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Patrimonio}}$$

$$\textit{Rendimiento sobre la Inversión: } \frac{10.907,51}{38.276,21}$$

$$\textit{Rendimiento sobre la Inversión: } 29\%$$

La inversión que los dueños tienen en la empresa genera un rendimiento del 29%.

7.2.3. RAZONES DE ENDEUDAMIENTO

El nivel de deuda de una empresa indica la cantidad de dinero prestado por otras personas que se utilizan para tratar de obtener utilidades, Cuanto mayor sea la

deuda que la empresa utiliza en relación con sus activos totales, mayor será el apalancamiento”²⁹.

7.2.3.1 ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO

$$\textit{Endeudamiento: } \frac{\textit{Pasivos Totales}}{\textit{Activos Totales}}$$

$$\textit{Endeudamiento: } \frac{29.814,10}{68.098,31}$$

$$\textit{Endeudamiento: } 44\%$$

La empresa está financiada en un 44%.

7.2.3.2 ÍNDICE DE SOLVENCIA

$$\textit{Solvencia: } \frac{\textit{Patrimonio Total}}{\textit{Activo Total}}$$

$$\textit{Solvencia: } \frac{38.276,21}{68.090,31}$$

$$\textit{Solvencia: } 56\%$$

Con este índice queda demostrado que la empresa le corresponde a los propietarios en un 56% y el 44% a terceras persona.

²⁹ Evaluación y administración de proyectos; Ing. Carlos García

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- El Restaurante de Platos Típicos Ancestrales es un proyecto que surgió de la necesidad de brindarle al turista tanto nacional como extranjero un lugar donde puedan satisfacer sus deseos de alimentación, una vez que realice sus distintas actividades deportivas y recreativas en los diferentes atractivos turísticos que oferta el cantón Penipe.
- Con el Estudio de Mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha (13059 personas), de tal manera que el objetivo principal del futuro restaurante estará orientado a satisfacer la necesidad de alimentación.
- El Restaurante de Platos Típicos Ancestrales al momento de ofertar sus platos deberá tomar en cuenta la calidad y el precio de cada uno de ellos para poder crear una ventaja competitiva.
- Se concluye que muchas personas no tienen conocimiento de los diferentes atractivos turísticos que posee el cantón Penipe así también de las actividades que se pueden realizar en los distintos lugares.
- En el cantón existen pocos restaurantes, que cuentan con infraestructura adecuada para atender a los turistas.

8.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución del proyecto, debido a que los resultados obtenidos en los diferentes análisis del estudio de factibilidad proporcionan un panorama favorable para el desarrollo del mismo.
- Se debe tomar en consideración los gustos, preferencias del consumidor y la calidad de las materias primas para la elaboración de los platos, de esta manera cubrir con la demanda insatisfecha.
- Controlar la calidad de la materia prima necesaria para la elaboración de los diferentes platos típicos.
- Promocionar al restaurante a través de gigantografías en puntos estratégicos de la ciudad de Riobamba y en la entrada del cantón Penipe, además contar con una correcta señalización que permitan al turista llegar a su destino sin inconvenientes.
- Se recomienda que la infraestructura del restaurante sea amplia y cómoda, el mismo que ofrezca dos clases de ambientes (tranquilo y jovial); de tal manera que satisfaga las exigencias del cliente

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación está orientada a satisfacer las necesidades alimenticias de un determinado segmento, el mismo que se resume en un proyecto de factibilidad para la implementación de un Restaurante de Comidas Típicas Ancestrales. El Estudio de Mercado señala que la demanda total de los platos típicos ancestrales para el año 2013 es de 23.197, con una oferta de 10.138 y una demanda insatisfecha de 13.059 personas.

El Estudio Técnico determina que el Restaurante estará ubicado en la provincia de Chimborazo, Cantón Penipe, Parroquia El Altar, Comuna Palictahua. En lo referente al Impacto Ambiental se indica que la implementación del proyecto no afecta al medio ambiente.

En el tema Administrativo Legal, el Restaurante se constituirá como una Sociedad de Hecho conformada por 2 personas naturales; será de característica privada, con un determinado porcentaje de capital propio y ajeno.

En lo Financiero se detalla las inversiones y la forma de financiamiento que se requiere para la realización del proyecto. Así también los ingresos y egresos durante su desarrollo, el Estado de Resultados muestra que el primer año del ejercicio se obtendrá una utilidad neta de \$ 10.907,51. En La Evaluación Financiera se demuestra la existencia de un VAN de \$13.701,96; una TIR de 14,1% y una relación beneficio costo de USD. 1,35 lo que significa que el proyecto será rentable.

Ing. MBA. Simón Rodrigo Moreno Álvarez

DIRECTOR DE LA TESIS

SUMMARY

This research is aimed to satisfy the food necessities of a determined group; this is a feasibility project for the implementation of the ancestral typical foods Restaurant.

The Marketing studio shows that the total demand of the ancestral typical dishes for 2013 is of 23.197 with an offer of 10.138 and a demand unsatisfied of 13.059 people.

The technical studio determines that the restaurant will be located in the Chimborazo Province, Penipe canton, parroquia el altar, Palictahua Commune.

The environmental impact indicates that this project not affect to the environment. In the administrative loyal area, the restaurant will form like a partnership at will conformed by two natural persons, will be private, with a determined percentage of equity and borrowed capital.

In the financial area details the investment and the financial way required for the realization of the project. And the incomes and expenses during its development, the cash flow statement shows that the first year, the net profit will be of \$ 10.907,51.

In the financial evaluation exists a NPV (net present value) of \$ 13.701, 96; an IRR (Internal rate of return) 14.1% and a relation benefit – cost of \$ 1, 35 that means the project will be profitable.

It was recommended the execution of project due to the obtained results in the analysis of the different studios shows a favourable outlook for its development.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. México. Editorial McGraw-Hill. Págs. 318
- Sapag, Nassir; Sapag, Reinaldo. (2007). Preparación y Evaluación de Proyectos. México. Editorial McGraw-Hill. Págs. 445
- Córdoba Padilla Marcial. (2011) Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá. Editorial McGraw-Hill. Págs. 501.
- Arboleda Vélez Germán. (1998). Proyectos, Formulación, Evaluación y Control. Editorial Cargraphics. Págs. 593
- Seldon Arthur, Pennance F.G. (1997). Diccionario de Economía. Inglaterra. Editorial Galo Ordoñez. Págs. 553.
- Bannock Graham, Baxter R.E., Rees Ray. (2007). Diccionario Especializado. México. Editorial Trillas. Págs. 445
- Vásquez Rodríguez Víctor Hugo. (1985). Organización y Dirección de Empresas. Quito. Editorial Graficas. Págs. 384.
- Morales, Norberto; Diseño. Elaboración de Proyectos Productivos. Riobamba. Editorial Espoch. Págs. 91.
- García, Carlos; Evaluación y Administración de Proyectos. Riobamba. Editorial Espoch. Págs. 285.

OTROS ARCHIVOS

- GAD de la Provincia de Chimborazo. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chimborazo. Editorial GAD de la Provincia de Chimborazo. Págs. 103.
- GAD del Cantón Penipe. (2013). Catálogo Turístico del Cantón Penipe. Editorial GAD del Cantón Penipe. Págs. 86
- GAD del Cantón Penipe, Cebycam. (2003 – 2013). Plan de Desarrollo del Cantón Penipe. Editorial GAD del Cantón Penipe, Cebycam. Págs. 46.

- Zurita Sánchez Verónica Alexandra. (2010). Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Penipe. Editorial Espoch. Págs. 210.
- GAD El Altar. (2011 – 2021). Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Altar. Editorial GAD El Altar. Págs.268.

LINKOGRAFIA

- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11118/1/2125.pdf>
- http://www.bicgalicia.es/dotnetbic/Portals/0/banner/ARCHIVOS/Manuales%20Pymes/2ElaborarPlanMarketing_C.pdf
- http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-38401.pdf
- <http://www.fundacionvida.org/uploaded/content/category/625581403.pdf>
- <http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/UCC/File/Formulacion%20de%20un%20proyecto%20y%20 analisis%20de%20factibilidad-KASAI.pdf>
- <http://proinversion.blogspot.com/2007/10/introduccion-hablar-de-innovacion-supone.html>
- http://www.trabajo.com.mx/factibilidadtecnica_economica_y_financiera.htm.
- <http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp>
- <http://www.marketing-xxi.com/conceptodeinvestigaciondemercados-23.htm>
- <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>
- <http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- www.emprendedorasenred.com
- www.nutrinfacom

ANEXOS

ANEXO N° 1

MODELO DE ENCUESTA/ DEMANDA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING.
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



ENCUESTA DIRIGIDA: A los habitantes de la ciudad de Riobamba

Objetivo: Determinar el nivel de aceptación que tendrá la creación de un restaurante de comidas típicas ancestrales en la comunidad de Palictahua.

Género

Femenino ()

Masculino ()

1. ¿Marque con una X las parroquias del cantón Penipe que Ud. a visitado por sus diferentes atractivos turísticos?

El Altar ()

Candelaria ()

Matus ()

Puela ()

Bayushig ()

Penipe ()

Bilbao ()

2. ¿Marque con una x los días que Ud. visita estos lugares turísticos?

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

3. ¿Qué lugares Ud. ha visitado dentro del Cantón Penipe donde ofrezcan platos típicos ancestrales?

- Paradero La Estación de Mami de Lauri ()
- Paradero La Posada de Lolita ()
- Vulcano Green ()
- El Sabor Bayusheño ()
- El Fogón de los Abuelos ()
- Paradero Mami Michi ()
- Utñañag ()
- El Eucal ()
- Chozón del Abuelo ()

4. ¿Qué platos típicos ancestrales degustaría luego haber visitado los atractivos turísticos que se encuentran en sus alrededores?

- Papas con cuy ()
- Papas con conejo ()
- Locro de Cuy ()
- Caldo de Gallina ()
- Fritada ()
- Tortillas de Maíz ()

5. A qué hora prefiere consumir un plato típico.

Desayuno ()

Almuerzo ()

Merienda ()

6. Estaría Ud. Dispuesto a consumir los diferentes platos típicos ancestrales que ofertara el restaurante.

Si ()

No ()

7. Con que frecuencia consume Ud. Un plato típico ancestral

Plato	1 vez/mes	2 veces/mes	3 veces/mes	4 veces/mes
Papas con cuy				
Papas con conejo				
Locro de Cuy				
Caldo de Gallina				

Cuántas veces.....

8. ¿Qué bebida típica le gustaría que acompañe su plato?

Chicha de Jora ()

Chicha de manzana ()

Chicha de avena ()

Chicha de mora ()

9. ¿Al momento de elegir un plato típico ancestral que tomaría en cuenta?

Precio ()

Calidad ()

Cantidad ()

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico Ancestral del Cantón Penipe?

De \$ 3,00 A \$ 4,00 ()

De \$ 5,00 A \$ 6,00 ()

De \$ 7,00 A \$ 8,00 ()

11. ¿Cuáles son los medios publicitarios que más frecuenta Ud.?

Radio ()

Prensa ()

Internet ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

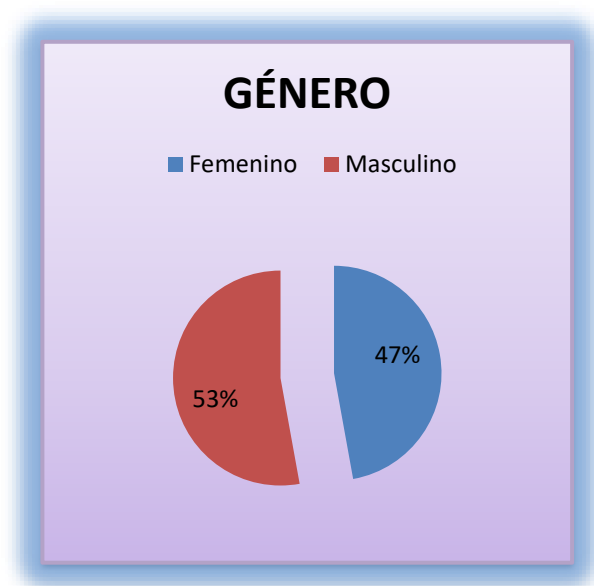
ANEXO N° 2

INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se encuestaron a 193 riobambeños, entre dueños - empleados de locales comerciales, amigos.

Pregunta N° 1

Gráfico N°1: Género



Género	
Femenino	91
Masculino	102

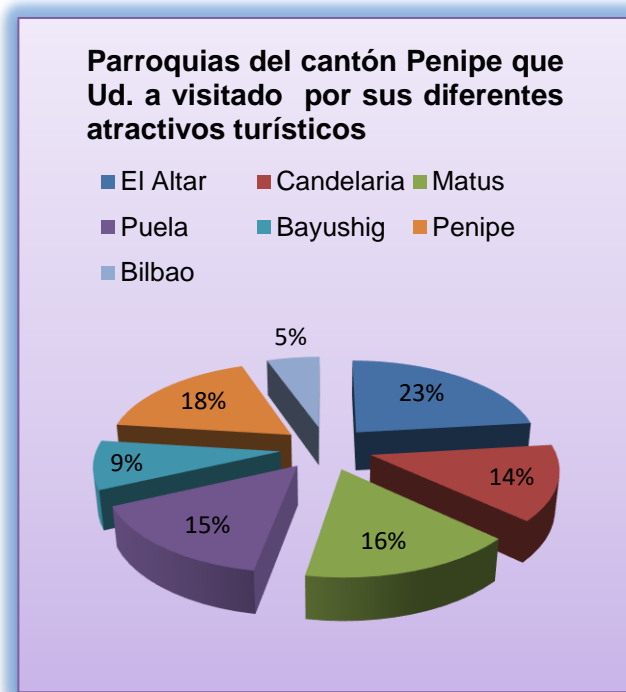
Fuente: Encuestas (diciembre 2012)

Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

De un total de 193 encuestas aplicadas a la sociedad riobambeña, se obtuvo como resultado; que el 53% corresponde al género masculino y un 47% al género femenino.

Pregunta N° 2

Gráfico N° 2: Parroquias visitadas por sus atractivos turísticos



Parroquias del cantón Penipe que Ud. ha visitado por sus diferentes atractivos turísticos.

El Altar	157
Candelaria	93
Matus	108
Puela	104
Bayushig	60
Penipe	119
Bilbao	37

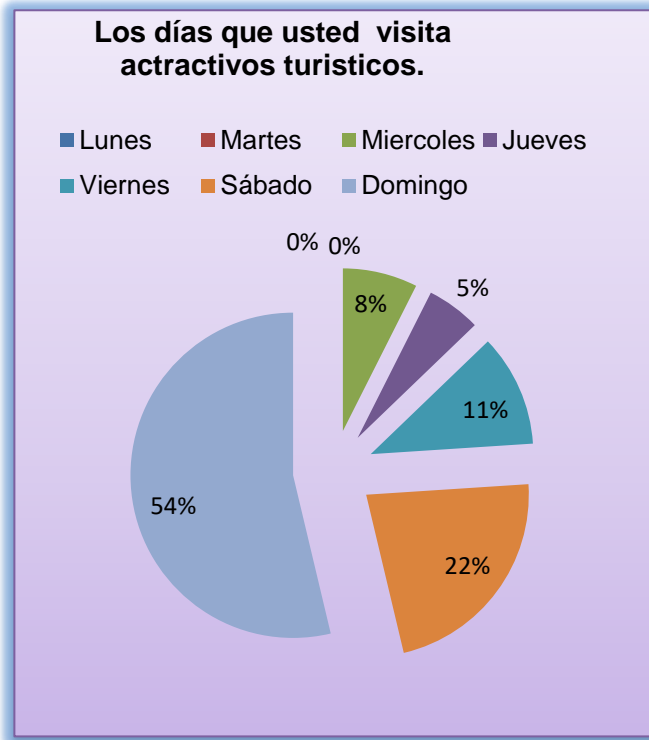
Fuente: Encuestas (diciembre 2012)

Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 100% de personas encuestadas en la ciudad de Riobamba, concurren al cantón Penipe por sus diferentes atractivos turísticos sean estos naturales y/ o culturales. Presentando mayor afluencia de turistas la Parroquia El Altar lo que corresponde al 23% (157), seguido de la Matriz con un 18% (119), la Parroquia de Matus con un 16% (108); el 15%(104) corresponde a la Parroquia de Puela, el 14% (93) la Parroquia La Candelaria, el 9%(60) la Parroquia de San Antonio de Bayushig y con un 5% (37) la Parroquia de Bilbao. Cabe recalcar que el 8,98% (22) han visitado todo el cantón.

Pregunta N° 3

Gráfico N° 3: Días que usted visita los atractivos turísticos.



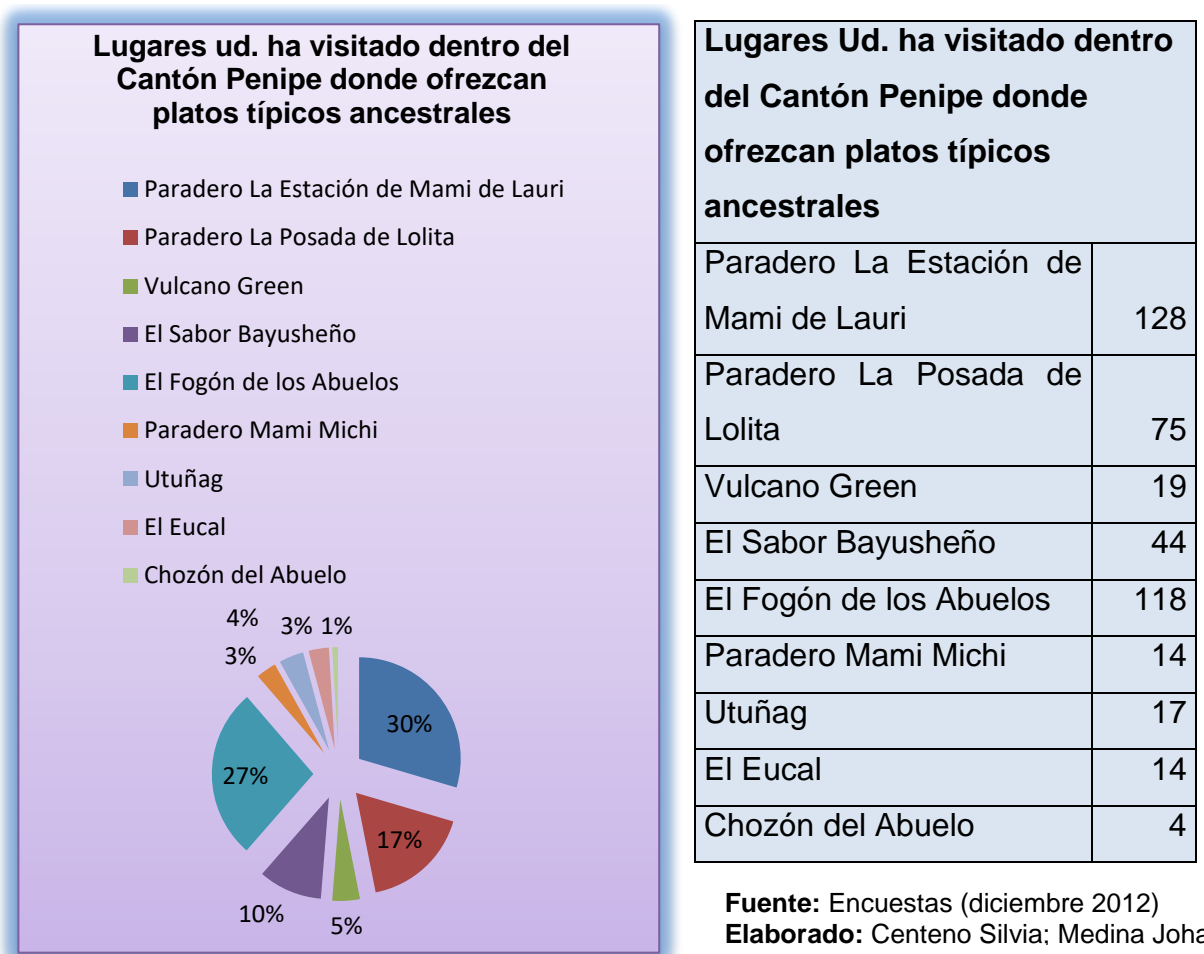
Los días que Ud. visita los atractivos turísticos.	
Lunes	0
Martes	0
Miércoles	18
Jueves	13
Viernes	27
Sábado	54
Domingo	130

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 54% de personas encuestadas, prefieren visitar los atractivos turísticos el día domingo, ya que la mayoría labora de lunes a sábados, por ende cuentan con muy poco tiempo para compartir con su familia; el 22% eligen salir los días sábados y el 11% el viernes.

Pregunta N° 4

Gráfico N° 4: Restaurantes que ofrecen platos típicos ancestrales.



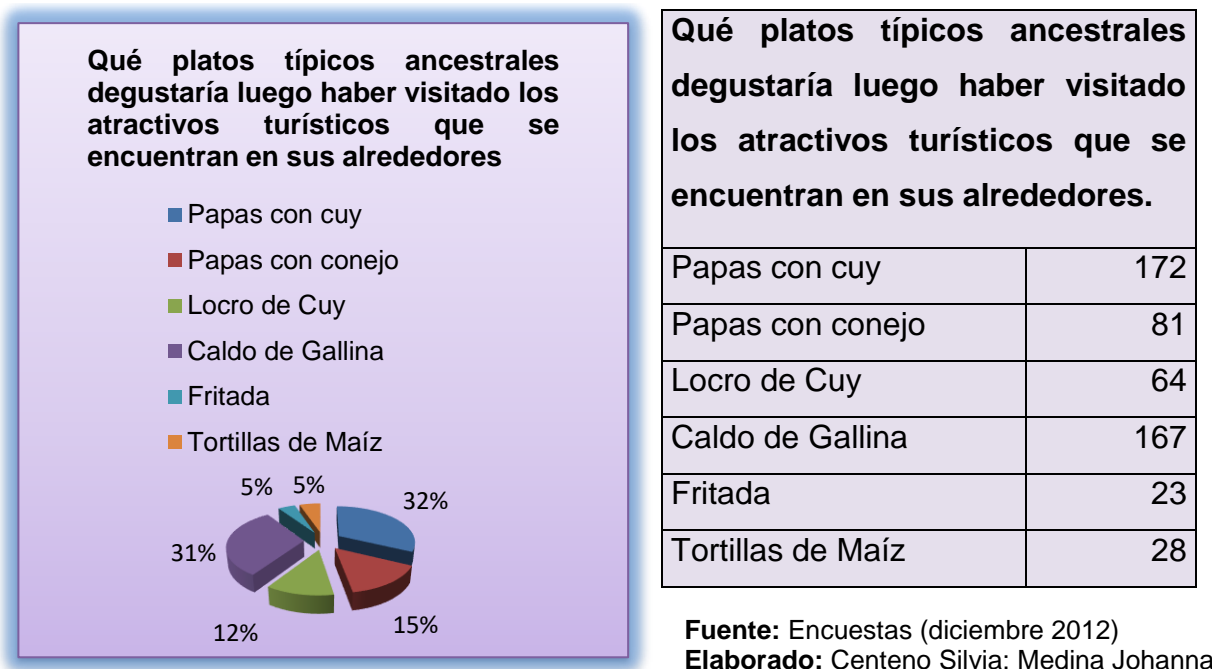
El 100% de las personas encuestadas han degustado los platos típicos que ofrece el cantón, ya sea en restaurantes, complejos turísticos, paraderos, cabañas, etc. de las diferentes parroquias.

El 30% se han servido en el Paradero “La Estación de Mami Lauri” en la Matriz; seguido “El Fogón de los Abuelos” con un 27% en la Parroquia de Matus, el 17% corresponde al Paradero “La Posada de Lolita”; en el sector del Guso de Penipe.

Cabe mencionar que son los tres restaurantes de mayor acogida por turistas nacionales y extranjeros. “El sabor Bayusheño” con un 10%; esta parroquia es visitado por su gastronomía más no por sus atractivos turísticos; el 5% corresponde al Vulcano Green; el 4% Utuña; el 3% corresponde al paradero de Mami Michi y al Complejo turístico El Eucal; apenas el 1% corresponde al “Chozón de los Abuelos” ya que solo ofrece sus productos y servicios bajo pedidos, debido a que no registra afluencia de personas por la reactivación del volcán Tungurahua.

Pregunta N° 5

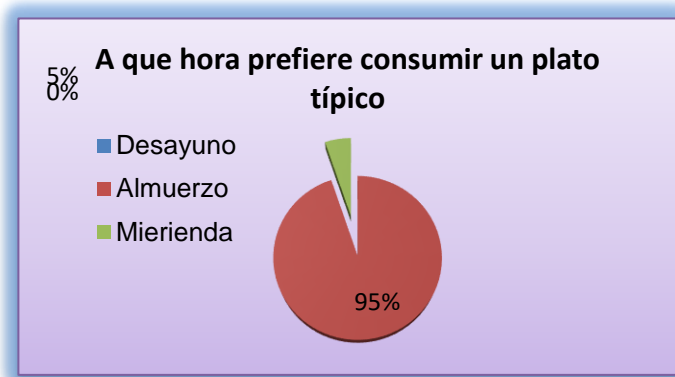
Gráfico N° 5: Platos Típicos Ancestrales que degustarían.



Todas las personas encuestadas degustarían de algún plato típico ancestral del cantón Penipe, el 32% prefieren papas con cuy a pesar de ser un plato muy conocido en la región sierra, seguido tenemos el caldo de gallina criolla que corresponde al 31%; el 15% papas con conejo; el 12% de las personas encuestadas consumirían locro de cuy, y el 5% fritada y tortillas de maíz.

Pregunta N° 6

Gráfico N° 6: Hora en la que le gustaría consumir un plato



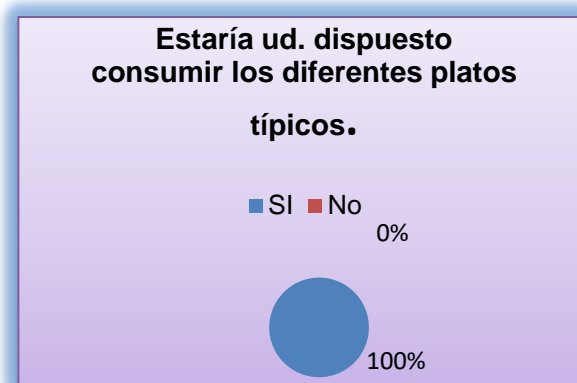
A qué hora prefiere consumir un plato típico	
Desayuno	0
Almuerzo	183
Merienda	10

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 95% de las personas encuestadas, prefieren degustar de algún plato típico a la hora de almuerzo, ya que primero realizan algún tipo de deporte, visitan los atractivos turísticos o complejos que existe en el sector, el 5% consumirían en la noche.

Pregunta N° 7

Gráfico N° 7: Dispuesto a consumir los diferentes platos típicos.



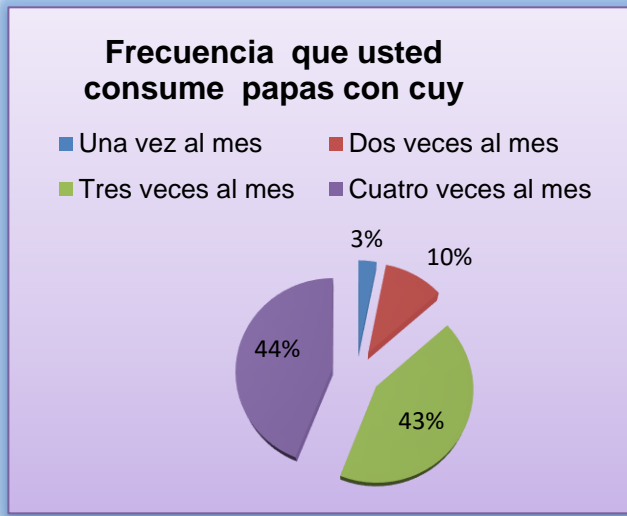
Estaría Ud. dispuesto consumir los diferentes platos típicos	
SI	193
No	0

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 100% de las personas encuestadas estarían dispuestas a consumir los diferentes platos típicos que ofrecerá el restaurante como papas con cuy, conejo, locro de cuy y caldo de gallina.

Pregunta N° 8

Gráfico N° 8: Frecuencia que usted consume papas con cuy



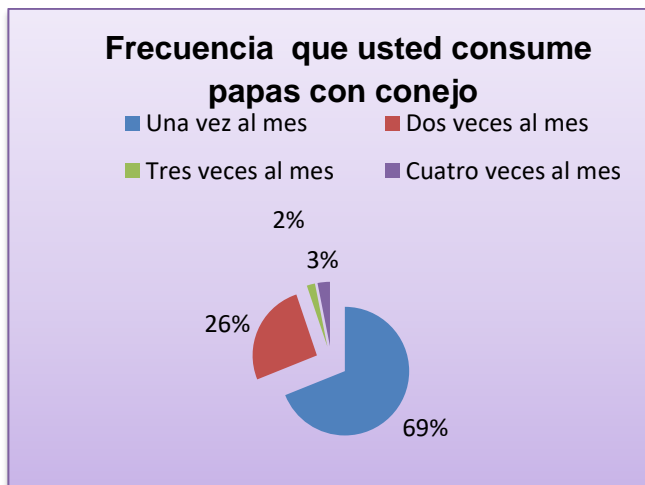
Con que frecuencia consume Ud. Papas con cuy	
Una vez al mes	6
Dos veces al mes	20
Tres veces al mes	82
Cuatro veces al mes	85

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

Del 100% de personas encuestadas, el 44% consumen papas con cuy cuatro veces al mes, el 43% prefieren degustar tres veces al mes, el 10% adquieren dos veces y el 3% cuatro veces al mes.

Pregunta N° 8

Gráfico N° 9: Frecuencia que usted consume papas con conejo



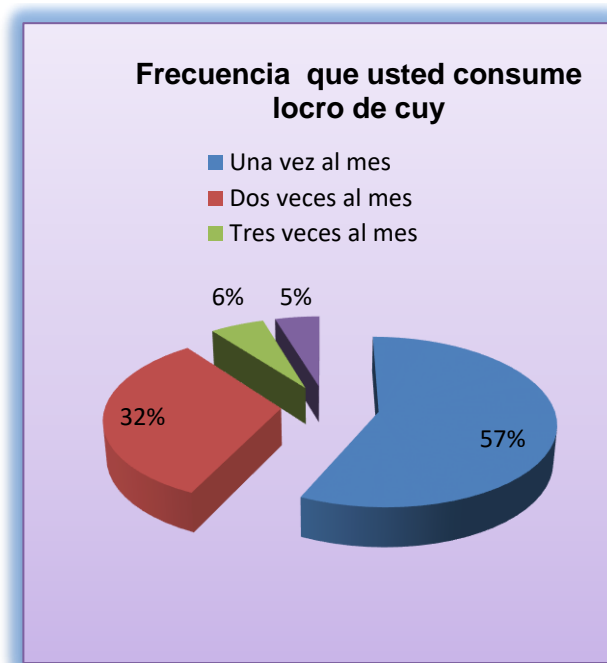
Con que frecuencia consume Ud. Papas con Conejo	
Una vez al mes	133
Dos veces al mes	50
Tres veces al mes	4
Cuatro veces al mes	6

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

Del 100% de personas encuestadas, el 69% consumen papas con conejo una vez al mes, el 26% prefieren degustar dos veces, el 3% cuatro veces al mes y el 2% cuatro veces.

Pregunta N° 9

Gráfico N° 10: Frecuencia que usted consume locro de cuy.



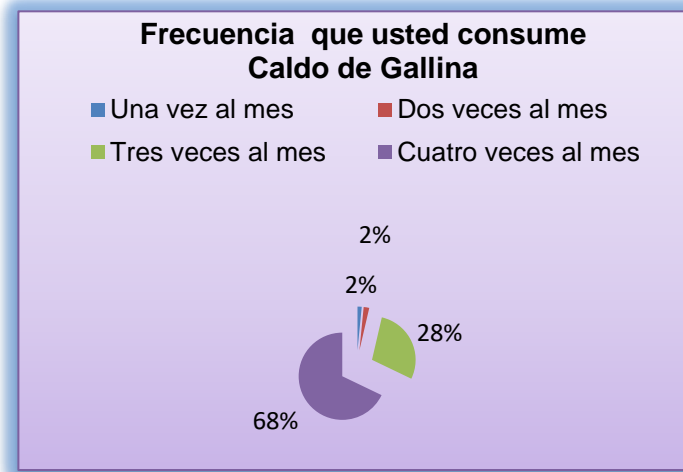
Con que frecuencia consume Ud. Locro de Cuy	
Una vez al mes	110
Dos veces al mes	63
Tres veces al mes	11
Cuatro veces al mes	9

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

Del 100% de personas encuestadas, el 57% consumen locro de cuy una vez al mes, el 32% prefieren degustar dos veces, el 6% cuatro veces al mes y el 5% tres veces al mes.

Pregunta N° 8

Gráfico N° 11: Frecuencia que usted consume caldo de gallina.



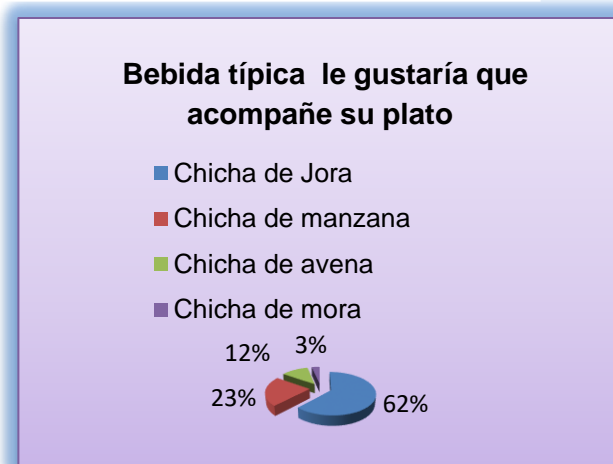
Con que frecuencia consume Ud. Caldo de Gallina	
Una vez al mes	3
Dos veces al mes	4
Tres veces al mes	55
Cuatro veces al mes	131

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 68% de las personas encuestadas prefieren consumir caldo de gallina cuatro veces al mes, el 28% tres veces, y el 2% una y dos veces al mes. Cabe indicar que es uno de los platos más consumidos no solo en el cantón Penipe sino en todo el país.

Pregunta N° 9

Gráfico N° 12: Bebidas



Bebida típica le gustaría que acompañe su plato	
Chicha de Jora	162
Chicha de manzana	59
Chicha de avena	31
Chicha de mora	9

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 62% de las personas encuestadas prefieren la chicha de jora como bebida típica, que acompañe a los diferentes platos ancestrales del cantón Penipe, señalando que es una bebida que resalta el plato; el 23% les gustaría que sea la chicha de manzana, ya que en la mayor parte del cantón se cosecha esta fruta y se debería aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta, seguido esta la chicha de avena con un 12% y con un 3% tenemos a la chicha de mora.

Pregunta N° 10

Gráfico N° 13: Que elige antes de adquirir un plato típico ancestral



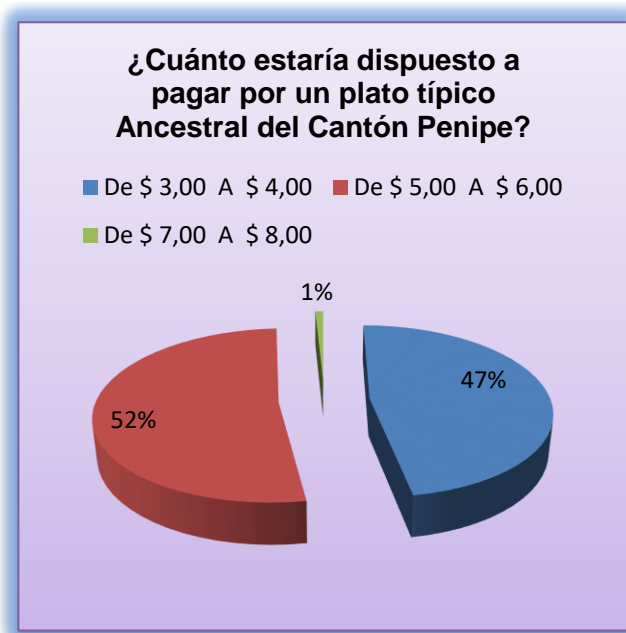
Momento de elegir un plato típico ancestral que tomaría en cuenta.	
Precio	24
Calidad	157
Cantidad	13

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)
Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 81% de las personas encuestadas al momento de adquirir un plato típico ancestral toman muy en cuenta la calidad, ya que es sinónimo de buen servicio e higiene en la preparación; el 12% se fija en el precio, indicando que algunas familias son grandes y no cuentan con el dinero suficiente para adquirir estos productos, el 7% se basa en la cantidad que se ofrece.

Pregunta N° 11

Gráfico N° 14: Precio del Plato Típico Ancestral



¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato típico Ancestral del Cantón Penipe?	
De \$ 3,00 A \$ 4,00	91
De \$ 5,00 A \$ 6,00	100
De \$ 7,00 A \$ 8,00	2

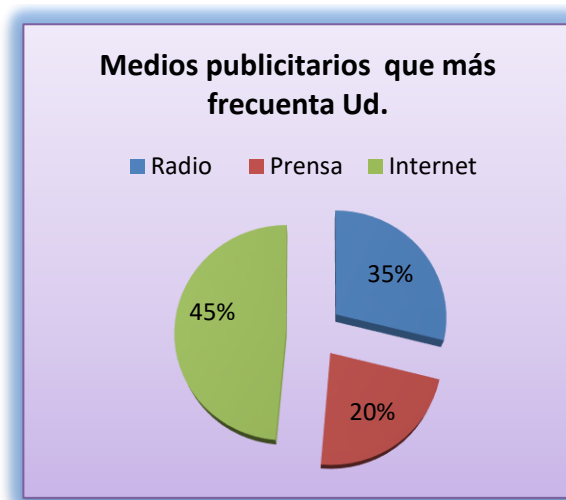
Fuente: Encuestas (diciembre 2012)

Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 52% de las personas encuestadas estarían dispuestas a cancelar por un plato típico de USD 5,00 a USD 6,00, ya que se basan mucho en la calidad del producto; el 47% pagarían de USD 3,00 a USD 4,00; tomando en consideración que las familias son grandes, y el 1% costearían su alimentación en un rango de USD 7,00 a USD 8,00

Pregunta N° 12

Gráfico N° 15: Medios publicitarios



Medios publicitarios que más frecuenta Ud.	
Radio	101
Prensa	57
Internet	127

Fuente: Encuestas (diciembre 2012)

Elaborado: Centeno Silvia; Medina Johanna

El 45% de las personas encuestadas en la ciudad de Riobamba, prefieren escuchar la radio como medio de publicidad, indicando que la mayor parte de su tiempo pasan en el trabajo, seguido tenemos el 35% que navegan en internet y en un 20% la prensa.

ANEXO N°3

MODELO DE ENCUESTA/ OFERTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING.
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



ENCUESTA DIRIGIDA A: propietarios de restaurantes considerados como la competencia.

OBJETIVO: determinar la oferta de cada uno de los platos típicos ancestrales que oferta cada restaurante.

Nombre del Restaurante:

1. ¿Cuál es su oferta mensual de los platos típicos?

Papas con Cuy ()
Papas con Conejo ()
Locro de Cuy ()
Caldo de Gallina ()

2. ¿Cuáles son los precios de los platos que usted oferta?

Plato	Presa	Medio	Entero
Papas con Cuy			
Papas con Conejo			
Locro de Cuy			
Caldo de Gallina			

ANEXO N° 4

INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se encuestaron a tres restaurantes del cantón Penipe, se los realizó a estos ya que tienen gran acogida por parte de turistas nacionales y extranjeros.

1. Oferta mensual de platos típicos.

RESTAURANTE	PLATOS
MAMI LAURI	
Papas con Cuy	175
Papas con conejo	40
Locro de Cuy	25
Caldo de Gallina	120
FOGÓN DE LOS ABUELOS	
Papas con Cuy	125
Papas con conejo	32
Locro de Cuy	20
Caldo de Gallina	96
POSADA LA LOLITA	
Papas con Cuy	75
Papas con conejo	40
Locro de Cuy	25
Caldo de Gallina	60

2. Precios de los platos que oferta.

MAMI LAURI	
PAPAS CON CUY	
Presa	\$ 3,50
Medio	\$ 7,00
Entero	\$ 14,00
PAPAS CON CONEJO	
Presa	\$ 3,50
Entero	\$ 20,00
LOCRO DE CUY	
Plato	\$ 3,00
CALDO DE GALLINA	
Plato	\$ 2,50

FOGÓN DE LOS ABUELOS	
PAPAS CON CUY	
Presa	\$ 3,50
Medio	\$ 7,00
Entero	\$ 14,00
PAPAS CON CONEJO	
Presa	\$ 3,00
Entero	\$ 18,00
LOCRO DE CUY	
Plato	\$ 3,00
CALDO DE GALLINA	
Plato	\$ 2,50

POSADA LA LOLITA	
PAPAS CON CUY	
Presa	\$ 3,50
Medio	\$ 7,00
Entero	\$ 14,00
PAPAS CON CONEJO	
Presa	\$ 3,50
Entero	\$ 20,00
LOCRO DE CUY	
Plato	\$ 3,00
CALDO DE GALLINA	
Plato	\$ 2,50

ANEXO N° 5

FRECUENCIA DE COMPRA

PLATOS	Una vez mes	Anual	Dos veces meses	Anual	Tres veces/ meses	Anual	Cuatro veces/ meses	Anual	DEMANDA POTENCIAL
Papas con cuy	6	72	20	480	82	2952	85	4080	7584
Papas con conejo	133	1596	50	1200	4	144	6	288	3228
Locro de Cuy	126	1512	55	1320	11	396	9	432	3660
Caldo de Gallina	3	36	4	96	55	1980	131	6288	8400
TOTAL DEMANDA POTENCIAL									22872

ANEXO N° 6

DEMANDA INSATISFECHA DE CADA UNO DE LOS PLATOS TÍPICOS

AÑO 2013			
PLATO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Papas con cuy	7692	4564	3128
Papas con conejo	3274	1363	1911
Locro de Cuy	3712	852	2860
Caldo de Gallina	8519	3359	5160
TOTAL			13059

AÑO 2014			
PLATO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Papas con cuy	7912	4694	3217
Papas con conejo	3367	1402	1965
Locro de Cuy	3818	876	2942
Caldo de Gallina	8763	3455	5308
TOTAL			13432

AÑO 2015			
PLATO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Papas con cuy	8254	4897	3356
Papas con conejo	3513	1463	2050
Locro de Cuy	3983	914	3069
Caldo de Gallina	9142	3604	5537
TOTAL			14013

AÑO 2016			
PLATO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Papas con cuy	8732	5181	3551
Papas con conejo	3717	1548	2169
Locro de Cuy	4214	967	3247
Caldo de Gallina	9672	3814	5858
TOTAL			14826

AÑO 2017			
PLATO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Papas con cuy	9370	5560	3810
Papas con conejo	3988	1661	2328
Locro de Cuy	4522	1038	3484
Caldo de Gallina	10378	4092	6286
TOTAL			15909

ANEXO N° 7

RECETA ESTÁNDAR DE LOS PLATOS TÍPICOS ANCESTRALES

PAPAS CON CUY					
CANT.	UNIDAD	MATERIA PRIMA DIRECTA	INSUMOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Unidad	Cuy		\$ 5,00	\$ 5,00
2	Libras	Papa		\$ 0,20	\$ 0,40
3	Ramas		Cebolla Blanca	\$ 0,10	\$ 0,30
1/4	Libra		Maní	\$ 1,80	\$ 0,45
1/4	Litro		Achiote	\$ 1,60	\$ 0,40
1/2	Unidad		Lechuga	\$ 0,25	\$ 0,13
3	Cucharadas		Sal	\$ 0,05	\$ 0,15
1	Funda		Aliño	\$ 0,50	\$ 0,50
TOTAL				\$	7,33

PAPAS CON CONEJO					
CANT.	UNIDAD	MATERIA PRIMA DIRECTA	INSUMOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Unidad	Conejo		\$ 6,00	\$ 6,00
3	Libras	Papa		\$ 0,20	\$ 0,60
4	Ramas		Cebolla Blanca	\$ 0,10	\$ 0,40
1/2	Libra		Maní	\$ 1,80	\$ 0,90
1/4	Litro		Achiote	\$ 1,60	\$ 0,40
1/2	Unidad		Lechuga	\$ 0,25	\$ 0,13
4	Cucharadas		Sal	\$ 0,05	\$ 0,20
2	Funda		Aliño	\$ 0,50	\$ 1,00
				TOTAL	\$ 9,63

LOCRO DE CUY					
CANT.	UNIDAD	MATERIA PRIMA DIRECTA	INSUMOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Unidad	Cuy		\$ 5,00	\$ 5,00
2	Libras		Papa	\$ 0,20	\$ 0,40
1	Ramas		Cebolla Blanca	\$ 0,10	\$ 0,10
1	atado		Cilantro	\$ 0,25	\$ 0,25
1	Cucharada		Sal	\$ 0,05	\$ 0,05
2	Dientes		Ajo	\$ 0,15	\$ 0,30
				TOTAL	\$ 6,10

CALDO DE GALLINA					
CANT.	UNIDAD	MATERIA PRIMA DIRECTA	INSUMOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Unidad	Gallina		\$ 8,00	\$ 8,00
4	Libras		Papas	\$ 0,20	\$ 0,80
2	Libras		Zanahoria	\$ 0,25	\$ 0,50
1	Libra		Alverja	\$ 1,00	\$ 1,00
1	Libra		Arrocillo	\$ 0,45	\$ 0,45
1	Rama		Apio	\$ 0,10	\$ 0,10
1	Atado		Cilandro	\$ 0,25	\$ 0,25
4	Cucharadas		Sal	\$ 0,05	\$ 0,20
4	Ramas		Cebolla Blanca	\$ 0,10	\$ 0,40
				TOTAL	\$ 11,70

CHICHA DE JORA					
CANT.	UNIDAD	MATERIA PRIMA DIRECTA	INSUMOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	libras	Jora		\$ 0,80	\$ 1,60
1	unidad		Panela	\$ 1,00	\$ 1,00
1	funda		Naranjilla	\$ 1,00	\$ 1,00
				TOTAL	\$ 3,60

ANEXO N° 8
MANO DE OBRA DIRECTA

PRODUCCIÓN	CANTIDAD	MENSUAL	ANUAL
Chef	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00
Ayudante de Cocina	1	\$ 318,00	\$ 3.816,00
TOTAL		\$ 636,00	\$ 7.632,00

ANEXO N° 9
APORTE SOCIOS

ACTIVOS	
Computadora	\$ 700,00
Terrenos	\$ 5.000,00
Sillón	\$ 50,00
Minicomponente	\$ 250,00
Plasma de 21 ´	\$ 240,00
Total Aportaciones	\$ 6.240,00

ANEXO N° 10
TASA DE DESCUENTO

		TASA ACTIVA	TASA PASIVA	INFLACIÓN	TOTAL	%	TOTAL
INVERSIONISTA	\$ 27.368,70		4,53%	4,16%	8,69%	58%	5,02%
BANCO	\$ 20.000,00	11,20%			11,20%	42%	4,73%
TASA DE DESCUENTO							4,87%

