



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TÍTULO:**

**“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el Cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico”**

**AUTORAS:**

**Flores Vélez, María Fernanda  
Proaño Jarro, Pamela de los Ángeles**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título:  
Ingeniera en Administración de empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs**

**Guayaquil, Ecuador**

**2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Flores Vélez, María Fernanda y Proaño Jarro Pamela de los Ángeles**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTOR**

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **María Fernanda Flores Vélez**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico**” previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**María Fernanda Flores Vélez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Pamela de los Ángeles Proaño Jarro**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico**” previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Pamela de los Ángeles Proaño Jarro**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **María Fernanda Flores Vélez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**María Fernanda Flores Vélez**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Pamela de los Ángeles Proaño Jarro**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 11 días del mes de marzo del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Pamela de los Ángeles Proaño Jarro**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios sobre todas las cosas por ser mi guía en los momentos más difíciles de mi vida, a todas aquellas personas que me apoyaron e hicieron posible que pueda culminar mis estudios universitarios, en especial a mi enamorado Giancarlo Pignataro por su ayuda incondicional desde que nos conocimos y a Jessica Vera por su apoyo y consejos.

Le agradezco a mi papa, Luís Enrique Flores, por ser tan estricto conmigo y enseñarme que todo en la vida se consigue a base de esfuerzo y sacrificio.

Finalmente al Ing. Said Diez por todos sus conocimientos impartidos como docente a lo largo de mi etapa universitaria y actualmente por ser una guía en el proceso de titulación como mi tutor, gracias por la paciencia y su tiempo invertido.

María Fernanda Flores Vélez

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi compañero fiel en todos mis momentos difíciles, por escucharme siempre a través de mis oraciones y por sus bendiciones recibidas.

“Y cualquier cosa que pidáis al Padre en mi nombre, si es justa, creyendo que recibiréis, he aquí, os será concedida” 3 Nefi 18:20

Le agradezco a mi papá Carlos Enrique Proaño Arguello porque a pesar de su mal genio y sus diferencias conmigo ha sido mi apoyo incondicional.

Le agradezco a mi mamá Carmen Alejandrina Jarro Sotomayor por su paciencia, tolerancia y su amor en todo momento de mi vida.

Agradezco a mi hermana Gema por su ayuda en la lectura y redacción de este proyecto, a mi hermano Enrique por su buen humor y entregarme risas en momentos de tristezas, a Daniel Zambrano por apoyarme cuando más lo necesite con su paciencia y amor, a la Sra. Rosa Oñate Mera por ser una segunda madre para mí y aconsejarme siempre, a mi tío el Licenciado Vicente Jarro Sotomayor por ser mi segundo padre y amigo incondicional, a mis tías y tíos mis primos Robinson, Iván, David, José Carlos, Jerry, Valentín, Isaac, Klayrel, Ruth a mi abuelita hermosa Delia Sotomayor por cuidar de mí con su amor y su alegría y finalmente a mis amigos que siempre creyeron en mí.

En especial agradezco a mi tutor al Ing. Said Diez Farhat por su dedicación, guía, paciencia en el proceso de titulación y sobre todo por compartir sus conocimientos durante toda mi etapa universitaria, esperando que siga adelante como profesional alentando a sus alumnos en ser grandes profesionales.

Pamela de los Ángeles Proaño Jarro



## DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a esas personas tan especiales que desde el cielo me cuidan y aunque no alcanzaron a ver este logro, sé que estarían muy orgullosos de mí, a mi abuelita y tía Mercedes que son las madres que la vida me regalo y siempre se preocupan por mí a pesar de la distancia, a mis padres por el esfuerzo y sacrificio que han realizado a lo largo de su vida para poder brindarme la mejor educación y a ti Giancarlo porque a pesar de todo y aun en los peores momentos siempre me motivaste a seguir adelante.

Nina y Bombón mi logro también se los dedico a ustedes, las que están siempre están pendiente de mí, aquellas que dan alegría a mi hogar y me quieren por lo que soy.

Gracias a todos, por su amor y su fe depositada en mí.

María Fernanda Flores Vélez

## **DECICATORIA**

Este proyecto se lo dedico a mi Dios por ser mi ayuda idónea, a mis padres Carlos y Carmen, a mis hermanos Enrique y Gema porque a pesar de todo seguimos unidos como familia, sé que mi Dios es grande y trabajando diligentemente lo seremos por toda la eternidad.

A mis hermosas hijas Tita y Caramelo porque con sus travesuras llenaron mis días de alegrías sintiendo su cariño y amor único e inigualable Las Amo!

Gracias por su confianza en mí

Pamela de los Ángeles Proaño Jarro



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>María Fernanda Flores Vélez</b>	
<b>Pamela de los Ángeles Proaño Jarro</b>	

---

**ING. SAID DIEZ FARHAT, MGS  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
ANTECEDENTES .....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	5
JUSTIFICACIÓN .....	5
OBJETIVOS.....	7
<i>OBJETIVO GENERAL</i> .....	7
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</i> .....	7
CAPÍTULO 1.....	8
1.1 <i>MARCO REFERENCIAL</i> .....	8
1.1.1    EL VAGÓN DE BENI.....	8
1.1.2    COMPLEJO VAGÓN DEVOTO.....	9
1.1.3    VAGÓN RESTAURANTE LA POSTAL.....	9
1.1.4    RESTAURANTE EL VAGÓN, HOTEL MIRANDA .....	10
1.1.5    RESTAURANTE VAGÓN EXPRESS MINERO .....	10
1.1.6    COMO EN EL TREN.....	11
1.2 <i>MARCO TEÓRICO</i> .....	12
1.3 <i>MARCO CONCEPTUAL</i> .....	15
1.4 <i>MARCO LEGAL</i> .....	17
1.4.1    REGISTRO ÚNICO DE TURISMO.....	19
1.4.2    LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO .....	20
CAPÍTULO 2.....	22
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.1 <i>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</i> .....	22
2.2 <i>ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN</i> .....	22
2.3 <i>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN</i> .....	23
2.4 <i>TIPO DE ESTUDIO</i> .....	24

2.5	<i>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN A EFECTUAR</i> .....	25
2.5.1	UNIVERSO .....	25
2.5.2	MUESTRA .....	25
2.5.3	TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	26
2.5.4	TIPO DE MUESTREO.....	27
2.5.5	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
2.6	<i>FORMATO DE ENCUESTA</i> .....	27
2.7	<i>ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS EFECTUADAS</i> .....	42
2.8	<i>INTERPRETACIÓN</i> .....	44
CAPÍTULO 3.....		45
<i>ESTUDIO DE MERCADO</i> .....		45
3.1	<i>LAS CINCO FUERZAS DE PORTER</i> .....	45
3.1.1	AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES O COMPETIDORES.....	45
3.1.2	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES...	46
3.1.3	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES .....	46
3.1.4	AMENAZAS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	47
3.1.5	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES .....	47
3.2	<i>P.E.T.S.A.</i> .....	48
3.2.1	FACTORES POLÍTICOS.....	48
3.2.2	FACTORES ECONÓMICOS.....	50
3.2.3	FACTORES TECNOLÓGICOS .....	55
3.2.4	FACTORES SOCIALES .....	58
3.2.5	FACTORES AMBIENTALES .....	61
3.3	<i>OFERTA DE MERCADO Y DEMANDA DE MERCADO</i> .....	63
3.3.1	OFERTA DE MERCADO.....	63
3.3.2	OFERTA GASTRONÓMICA .....	63
3.3.3	OFERTA HOTELERA.....	65
3.3.4	INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN BUCAY..	65

3.4	DEMANDA DE MERCADO.....	66
CAPÍTULO 4.....		67
ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....		67
4.1	RAZÓN SOCIAL.....	67
4.2	OBJETO SOCIAL.....	67
4.3	LOGO.....	67
4.4	SLOGAN.....	67
4.5	MISIÓN.....	67
4.6	VISIÓN.....	68
4.7	VALORES .....	68
4.8	FODA .....	68
4.8.1	FORTALEZAS.....	68
4.8.2	OPORTUNIDADES.....	69
4.8.3	DEBILIDADES.....	70
4.8.4	AMENAZAS.....	70
4.9	ORGANIGRAMA .....	70
4.10	MERCADO OBJETIVO.....	71
CAPÍTULO 5.....		72
ESTUDIO TÉCNICO .....		72
5.1	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	72
5.1.1	MACRO LOCALIZACIÓN.....	72
5.1.2	MICRO LOCALIZACIÓN .....	72
5.2	DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESPACIO .....	73
5.3	HORARIO DE FUNCIONAMIENTO.....	74
5.4	INFRAESTRUCTURA NECESARIA.....	74
5.5	PRODUCTOS A OFRECER.....	75
5.6	CONTROL DE CALIDAD.....	75
5.7	PROCEDIMIENTOS.....	76

5.8	<i>PERMISOS</i> .....	77
5.8.1	PERMISO AMBIENTAL.....	77
5.8.2	CUERPO DE BOMBEROS .....	78
5.8.3	PERMISO DE USO DE SUELO .....	78
5.8.4	PATENTE MUNICIPAL.....	79
CAPÍTULO 6.....		80
<i>PLAN DE MARKETING</i> .....		80
6.1	<i>SEGMENTACIÓN DE MERCADO</i> .....	80
6.2	<i>ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO</i> .....	80
6.3	<i>INFRAESTRUCTURA</i> .....	80
6.4	<i>PRODUCTO</i> .....	80
6.5	<i>ESTRATEGIAS DE MARKETING</i> .....	81
6.5.1	MARKETING MIX .....	81
6.6	<i>PRESUPUESTO DE MARKETING</i> .....	88
CAPÍTULO 7.....		89
<i>ESTUDIO FINANCIERO</i> .....		89
INVERSIÓN INICIAL.....		89
BALANCE INICIAL.....		91
ROL DE PAGO 1ER AÑO .....		92
ROL DE PAGO 2DO AÑO.....		92
PROYECCIÓN DE SUELDOS A 5 AÑOS .....		93
DEPRECIACIÓN PROYECCIÓN A 5 AÑOS.....		94
AMORTIZACIÓN INTANGIBLE .....		94
TABLA DE AMORTIZACIÓN .....		95
INGRESOS POR VENTAS .....		97
COSTOS OPERACIONALES .....		98
GASTOS MENSUALES.....		99
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ANUAL.....		100

FLUJO DE CAJA ANUAL .....	101
BALANCE GENERAL .....	102
EVALUACIÓN FINANCIERA .....	103
RATIOS FINANCIEROS .....	103
ESCENARIOS .....	104
CONCLUSIONES.....	105
RECOMENDACIONES.....	107
BIBLIOGRAFÍA.....	108



## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	30
<i>GÉNERO DE ENCUESTADOS</i> .....	30
TABLA 2.....	31
<i>EDAD DE LOS ENCUESTADOS</i> .....	31
TABLA 3.....	32
<i>MEDIOS PUBLICITARIOS</i> .....	32
TABLA 4.....	33
<i>AL ELEGIR UN DESTINO, ¿USTED PREFERIRÍA?</i> .....	33
TABLA 5.....	34
<i>PREFERENCIA PARA REALIZAR VIAJES</i> .....	34
TABLA 6.....	35
<i>DÍAS QUE PERMANECE EN EL DESTINO</i> .....	35
TABLA 7.....	36
<i>GENERALMENTE VIAJA</i> .....	36
TABLA 8.....	37
<i>¿CONOCEN EL CANTÓN BUCAY?</i> .....	37
TABLA 9.....	38
<i>VISITA AL RESTAURANTE</i> .....	38
TABLA 10.....	39
<i>LE GUSTARÍA QUE EL RESTAURANTE SEA</i> .....	39
TABLA 11.....	40
<i>MARGEN DE PRECIOS</i> .....	40
TABLA 12.....	41
<i>ASPECTOS IMPORTANTES A LA HORA DE ELEGIR UN RESTAURANTE</i> .....	41
TABLA 13.....	52
<i>INFLACIÓN ANUAL DEL ECUADOR PERIODO 2006 - 2014</i> .....	52

TABLA 14.....	53
PIB ECUADOR PERIODO 2000-2015.....	53
TABLA 15.....	59
TASA DE ANALFABETISMO.....	59
TABLA 16.....	60
TABLA 17.....	64
PRINCIPALES PRODUCTOS AGRÍCOLAS DEL CANTÓN BUCAY.....	64
TABLA 18.....	65
ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	65
TABLA 19.....	74
PRESUPUESTO DE INFRAESTRUCTURA RESTAURANTE.....	74
TABLA 20.....	80
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	80
TABLA 21.....	86
PRECIO DE PRODUCTOS.....	86
TABLA 22.....	88
PRESUPUESTO DE MARKETING.....	88
TABLA 23.....	89
INVERSIÓN INICIAL.....	89
TABLA 24.....	91
BALANCE INICIAL.....	91
TABLA 25.....	92
ROL DE PAGO 1ER AÑO.....	92
TABLA 26.....	92
ROL DE PAGO 2DO AÑO.....	92
TABLA 27.....	93
PROYECCIÓN DE SUELDOS A 5 AÑOS.....	93
TABLA 28.....	94

DEPRECIACIÓN PROYECCIÓN A 5 AÑOS.....	94
<i>TABLA 29</i> .....	<i>94</i>
AMORTIZACIÓN INTANGIBLE .....	94
<i>TABLA 30</i> .....	<i>95</i>
TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	95
<i>TABLA 31</i> .....	<i>97</i>
INGRESOS POR VENTAS .....	97
<i>TABLA 32</i> .....	<i>98</i>
COSTOS OPERACIONALES .....	98
<i>TABLA 33</i> .....	<i>99</i>
GASTOS MENSUALES.....	99
<i>TABLA 34</i> .....	<i>100</i>
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ANUAL.....	100
<i>TABLA 35</i> .....	<i>101</i>
FLUJO DE CAJA ANUAL .....	101
<i>TABLA 36</i> .....	<i>102</i>
BALANCE GENERAL .....	102
<i>TABLA 37</i> .....	<i>103</i>
EVALUACIÓN FINANCIERA .....	103
<i>TABLA 38</i> .....	<i>103</i>
RATIOS FINANCIEROS.....	103
<i>TABLA 39</i> .....	<i>104</i>
ESCENARIOS .....	104

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>FIGURA 1. RESTAURANTE VAGÓN DE BENI.</i>	8
<i>FIGURA 2. RESTAURANTE COMPLEJO VAGÓN DEVOTO</i>	9
<i>FIGURA 3. RESTAURANTE VAGON EXPRESS MINERO.</i>	10
<i>FIGURA 4. COMO EN EL TREN.</i>	11
<i>FIGURA 5. GENERO DE ENCUESTADOS .</i>	30
<i>FIGURA 6. EDAD DE LOS ENCUESTADOS</i>	31
<i>FIGURA 7. MEDIOS PUBLICITARIOS.</i>	32
<i>FIGURA 8. AL ELEGIR UN DESTINO, USTED PREFERIRÍA</i>	34
<i>FIGURA 9. PREFERENCIA PARA REALIZAR VIAJES</i>	35
<i>FIGURA 10. DÍAS QUE PERMANECE EN EL DESTINO</i>	36
<i>FIGURA 11. GENERALMENTE VIAJA.</i>	37
<i>FIGURA 12. ¿CONOCE EL CANTON BUCAY?</i>	38
<i>FIGURA 13. VISITA AL RESTAURANTE EN EL CANTÓN BUCAY</i>	39
<i>FIGURA 14 LE GUATARIA QUE EL RESTAURANTE SEA.</i>	40
<i>FIGURA 15. MARGEN DE PRECIOS</i>	41
<i>FIGURA 16. ASPECTOS IMPORTANTES A LA HORA DE ELEGIR UN RESTAURANTE</i>	42
<i>FIGURA 17. FACTORES MÁS PROBLEMÁTICOS PARA HACER NEGOCIOS EN ECUADOR.</i>	50
<i>FIGURA 18. INFLACIÓN ANUAL DEL ECUADOR PERIODO 2006 - 2014</i>	52
<i>FIGURA 19. PIB ECUADOR PERIODO 2003-2015</i>	54
<i>FIGURA 20. TASA DE DESOCUPACIÓN Y DE EMPLEO INADECUADO.</i>	55
<i>FIGURA 21. ACCESO AL INTERNET SEGÚN ÁREA.</i>	56
<i>FIGURA 22. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE TIENEN CELULAR ACTIVO POR GRUPO DE EDADES A NIVEL NACIONAL.</i>	56
<i>FIGURA 23. PORCENTAJE DE TIENEN TELÉFONO CELULAR ACTIVADO POR PROVINCIA 2013.</i>	57

<i>FIGURA 24. PORCENTAJE DE PERSONAS QUE TIENE SMARTPHONE A NIVEL NACIONAL .....</i>	<i>57</i>
<i>FIGURA 25. PORCENTAJE DE POBLACIÓN CON CELULAR Y REDES SOCIALES .....</i>	<i>58</i>
<i>FIGURA 26. TASA DE ANALFABETISMO .....</i>	<i>60</i>
<i>FIGURA 27. POBREZA POR NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS.....</i>	<i>60</i>
<i>FIGURA 28. CIUDADES DE MAYOR VERDE URBANO DE ECUADOR.....</i>	<i>62</i>
<i>FIGURA 29. CIUDADES DE MAYOR Y MENOR VERDE URBANO EN AMÉRICA LATINA.....</i>	<i>63</i>
<i>FIGURA 30. LOGO DEL RESTAURANTE EL VAGON DE BUCAY .....</i>	<i>67</i>
<i>FIGURA 31. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE EL VAGÓN DE BUCAY S.A</i> <i>70</i>	
<i>FIGURA 32. MACRO LOCALIZACION .....</i>	<i>72</i>
<i>FIGURA 33. MICRO LOCALIZACION.....</i>	<i>72</i>
<i>FIGURA 34. VISTA GENERAL DEL RESTAURANTE .....</i>	<i>73</i>
<i>FIGURA 35 DISTRIBUCION DEL ESPACIO FISICO.....</i>	<i>73</i>
<i>FIGURA 36. CALDO DE SALCHICHA .....</i>	<i>81</i>
<i>FIGURA 37. HUMITAS .....</i>	<i>81</i>
<i>FIGURA 38. TIGRILLO.....</i>	<i>82</i>
<i>FIGURA 39. FRITADA EN JUGO DE NARANJA.....</i>	<i>82</i>
<i>FIGURA 40. YAPINGACHO INVERTIDO. ....</i>	<i>83</i>
<i>FIGURA 41. LOMO DE CERDO.....</i>	<i>83</i>
<i>FIGURA 42. MEDALLONES DE POLLO.....</i>	<i>84</i>
<i>FIGURA 43. POSTRES .....</i>	<i>84</i>
<i>FIGURA 44.GUARAPO.....</i>	<i>85</i>

## **Resumen Ejecutivo**

Los restaurantes desde hace años son considerados como un punto principal dentro de la planta turística de cada lugar que complementan a los atractivos, hoy en día este concepto ha evolucionado dando lugar a ideas innovadoras que no solo buscan complementar el destino turístico sino ser parte del atractivo por la cual las personas viajan.

Este proyecto busca determinar la factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico, estará ubicado entre las calles Riobamba y Av. García Moreno, este restaurant se diferencia de su competencia por la infraestructura innovadora en forma de vagón acompañado del menú basado en los productos principales que se cultivan en la zona, así como en los platos más reconocidos del lugar.

El vagón de Bucay, será el nombre del establecimiento, utilizará el slogan “una historia llena de sabor y tradición”, el logo del restaurante será sencillo, como parte de la estrategia de posicionamiento en la mente de los consumidores. El restaurante tendrá capacidad para veinticuatro personas.

Para realizar el proceso de investigación se utilizó un estudio mixto cualitativo como cuantitativo, donde la información fue obtenida a través del municipio, coordinadora de turismo, encuestas para determinar el nivel de aceptación de la propuesta complementándolo con documentación física o de la web así como entrevistas.

Se realizó la investigación de mercado, así también se analizó las estrategias de Marketing a implementarse para promocionar la infraestructura y el servicio a ofertarse. Por último se desarrolló el estudio técnico organizacional de la empresa y la proyección de costos y gastos con el fin de determinar su rentabilidad o viabilidad de este proyecto.

**Palabras Claves:** restaurante, innovadora, servicio, turismo, ofertar

### **Abstract**

Restaurants for years are considered a focal point for the tourism plant of every place, that complement the attractions, today this definition has evolutionate to innovative ideas that not only complement the tourist destination, also form part of the reasons because people travel.

This project want to determinate the factibility for the creation of a restaurant in a railway carriage in Bucay for an economic development proposal. The restaurant will be located between the streets Riobamba and Av. Garcia Moreno, this restaurant differs from its competition for the innovative infrastructure accompanied with the food menu based on the main crops, as well as the most renowned local dishes.

Bucay wagon will be the name of the establishment, the slogan will be "a story full of flavor and tradition", and the logo of the restaurant is simple, as a part of the strategy of positioning in the minds of consumers. The restaurant will have twenty four seats to receive people.

To make the research process we used qualitative and quantitative study, where the information was obtained of the coordinator of tourism, surveys to determine the level of acceptance of the proposal supplemented by physical documentation, web information and interviews too.

Market research were implemented, and marketing strategies were also analyzed to promote the infrastructure and service to be going to be offered. Finally, the organizational and technical study of the company and the projection of costs and expenses was made in order to determine their profitability or feasibility of this project was developed.

**Key words:** restaurant, innovative, service, tourism, offer

## **Introducción**

Ecuador se ha venido desarrollando en el ámbito de la hotelería y turismo hasta convertirse en una potencia turística, es un país biodiverso, multiétnico y pluricultural que ofrece una variedad de destinos y atractivos turísticos para ser visitados y vivir experiencias únicas.

El cantón Bucay se ha transformado a través de los años en un punto turístico por su variada riqueza natural rodeada de cascadas, ríos y bosques, fue poblado inicialmente por nómadas que se encontraban buscando un lugar que les provea de los recursos necesarios para subsistir, entre estas tribus estaban los Cañarís y Shuars.

Bucay fue la cuna de construcción del ferrocarril el 6 de marzo de 1988 con la ruta Yaguachi el Carmen, la cual fue de vital importancia para la economía local de la zona, permitió el intercambio de productos así como la creación de plazas de empleos para los habitantes (Municipalidad Gral. Antonio Elizalde, Bucay).

Este cantón pertenece a la provincia del Guayas y limita al norte, al este con la provincia de Bolívar, al este y sur con Chimborazo, al oeste con el cantón Naranjito y al sur con el río Chimbo, se encuentra ubicado en una parte de la cordillera occidental entre las provincias de: Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar, es un punto de encuentro entre costa y sierra por lo cual tiene una gastronomía variada como resultado de esta fusión (Municipalidad Gral. Antonio Elizalde, Bucay).

Los restaurantes desde hace años son considerados como un punto principal dentro de la planta turística de cada lugar que complementan a los atractivos, hoy en día este concepto ha evolucionado dando lugar a ideas innovadoras que no solo buscan complementar el destino turístico sino ser parte del atractivo por la cual las personas viajan.



La creación de un restaurante en forma de vagón de ferrocarril surge como una nueva propuesta de combinar un poco de historia con la gastronomía y cultivos principales que existen en esta zona, que se complementa con un servicio personalizado hacia los clientes para hacer más agradable su experiencia.

Esta propuesta busca captar la atención de las personas nacionales o extranjeras por su singularidad en el diseño y ambientación así como el menú a ofrecer que estará compuesto por platos típicos del lugar además de platos de sugerencias elaborados con los principales productos que se cultivan en el sector, de esta forma se brindara a los turistas otra alternativa que no se ha implementado en otras provincias del Ecuador.

Se realiza un estudio analizando la problemática social del cantón Bucay para llegar a conocer su cultura y como se adaptaría su gente a este proyecto innovador, el cual procura crear más plazas laborales con constantes capacitaciones que se vean reflejadas en la calidad del servicio que el restaurante desea ofrecer, también se desarrollara el estudio técnico organizacional de la empresa y la proyección de costos y gastos como último punto con el fin de determinar la rentabilidad o viabilidad de esta iniciativa.

La gran ventaja que posee Ecuador es que el actual gobierno se encuentra interesado en promover la actividad turística, a través del ministerio de turismo y en caso de Bucay de la mano de la prefectura del Guayas así como el gobierno autónomo descentralizado del cantón.

## **Antecedentes**

El cantón Gral. Antonio Elizalde, es más conocido como Bucay, por el nombre de un Jamaiquino llamado Jeremy Buckay, quien era un hombre carismático, extrovertido y alegre entre otras cualidades, el cual trabajó en la construcción del ferrocarril ganando así popularidad por su forma de ser,

todas las personas lo llamaban “negro Buckay” de esta manera fue que se adoptó el nombre al cantón (Municipalidad Gral. Antonio Elizalde, Bucay).

Otros datos indican que el nombre del cantón procede de dos términos quechuas Boc que son garzas y Cay que es río, se determinó así por ser una zona que posee ríos y por las garzas que se encuentran en el lugar, este cantón antiguamente era una parroquia rural que formaba parte del cantón Milagro a medida que su población fue creciendo se declaró su cantonización el 9 de noviembre de 1994 desde ese entonces Bucay realiza eventos donde se destaca la cultura de la provincia del Guayas (Municipalidad Gral. Antonio Elizalde, Bucay)

En la actualidad este cantón es una zona con actividad turística natural, cultural y gastronómica. Se encuentra ubicada en la provincia del Guayas, además este lugar es el punto de conexión entre la Sierra y la Costa que empezó mediante la construcción del ferrocarril, que dio inicio al intercambio de productos entre las mismas, la cual dio como resultado una diversa gastronomía.

Bucay posee una extensión de 278,42 km<sup>2</sup> su temperatura puede variar entre tropical a templado lo cual resulta muy beneficioso para sus cultivos agrícolas entre los productos más destacados se encuentran el guineo orito, banano, mandarina, piña, naranja, maracuyá, plátano morado, caña de azúcar, yuca, maíz, arroz, café y cacao e incluso se dedican a otras actividades como: avicultura, cañicultura y ganadería (Municipalidad Gral. Antonio Elizalde, Bucay).

Dentro de Bucay se ofrecen varios atractivos turísticos naturales como el recinto Matilde Esther, Agua Clara siendo una fuente natural, bosque húmedo nublado en el recinto La Esperanza, el mirador de la Virgen del Carmen patrona de los pobladores de Bucay que se encuentra en la ruta de la fe, el malecón de Bucay con una combinación histórica y natural para quienes lo visitan.

“Ecuador se está posicionando como un destino de clase mundial que ofrece a los turistas su mega diversidad natural y cultural para hacer de sus visitas, experiencias enriquecedoras. Durante el 2013, nuestro país ha logrado reconocimientos de alta importancia a escala internacional como: “Destino Verde del Mundo 2013”, “Mejor Destino de Naturaleza y Vida Silvestre” (Ministerio de Turismo, 2013).

Cabe recalcar que gracias a la reactivación del ferrocarril, el cantón Bucay ha incrementado el ingreso de turistas lo cual ha favorecido de diferentes maneras en el turismo y en la mano de obra siendo para los pobladores un ingreso importante para su economía.

## **Planteamiento Del Problema**

El cantón Bucay es considerado un lugar que posee variedad de atractivos naturales como: cascadas, balnearios, montañas, ríos, bosques y una extensa flora y fauna la cual atrae tanto a turistas nacionales como extranjeros que exploran las maravillas que posee el Ecuador.

A más de eso ofrece una gastronomía diversa para sus visitantes, encontrando platos típicos que generan una fusión entre Costa y Sierra del país dándole un toque diferente de gustos y sabores a sus comidas, por otro lado sus riquezas naturales y culturales combinado con un clima tropical único y favorable.

El ferrocarril llamado ahora tren de la dulzura, es un atractivo que fue rehabilitado para la economía de la zona que denota un recorrido donde se puede observar los cultivos de caña de azúcar, guineo orito, sembríos, arrozales y haciendas que se dedican a la ganadería que a su vez aporta en la producción de la leche además de la actividad avícola que se realiza por medio de la empresa Pronaca, este es un viaje único e inigualable inspirado por la naturaleza que será un deleite para todas las personas que quieran disfrutar de unas maravillosas vacaciones.

A pesar de que Bucay es un lugar privilegiado por todos los factores mencionados anteriormente la gran mayoría de sus establecimientos carecen de innovación en lo que respecta a la infraestructura gastronómica, lo cual es otro punto de vital importancia para la planta turística de este cantón.

Además la producción que tiene el cantón favorece para la planeación y elaboración de los platos, que serán elaborados de manera autóctona con cada producto cultivado en la zona para así captar la atención de los clientes en un ambiente enfocado a lo histórico y natural del cantón.

Es por ello que se considera la elaboración de un restaurante en un vagón de ferrocarril enfocado en la cultura gastronómica de Bucay como una propuesta innovadora de servicio turístico para el desarrollo gastronómico de la zona con infraestructura moderna.

## **Formulación Del Problema**

¿Cómo influye la creación de un restaurante en forma de vagón de ferrocarril enfocado en la cultura gastronómica de Bucay?

## **Justificación**

El turismo se ha venido desarrollado a través de los últimos años, hoy en día es uno de los pilares más importantes que posee la economía ecuatoriana, el cual cuenta con altas expectativas de crecimiento tanto a mediano como a largo plazo (Ministerio de Turismo, 2015).

La actividad turística ocupa el cuarto lugar dentro de la economía del Ecuador, después del banano, plátano, camarón así como otros productos del mar, lo que implica que ha tenido un avance progresivo que denota la

oportunidad de seguir expandiéndose en este sector (Ministerio de Turismo, 2015).

“El PLANDETUR 2020 busca que exista la competitividad de sistema turístico con productos y servicios que sean de calidad, sostenibles además de ser diferenciados por su valor agregado y que genere un aporte a la economía local para de esta forma mejorar la calidad de vida de los habitantes y satisfaga la demanda de turismo” (Ministerio de Turismo, 2007).

El Plan Nacional del Buen Vivir, el cual fue ejecutado por el gobierno actual tiene como objetivo buscar la comodidad así como beneficios que se pueden brindar a la población para mejorar su estilo de vida centrándose en el ámbito educativo, cultural, social, económico así como ambiental y turístico.

Dentro de sus principales objetivos están:

- “Construir espacios de encuentro en común con el fin de fortalecer la identidad nacional así como también la pluriculturalidad y la interculturalidad”.
- “Fortificar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible”.
- “Garantizar el trabajo digno así como también promover la transformación de la matriz productiva”.

La creación de un restaurante recreado en el vagón de un ferrocarril aporta al fortalecimiento de la cultura así como el crecimiento del turismo interno y externo, dando la oportunidad de generar nuevas plazas de empleo así como mayor flujo monetario a la zona.

Este proyecto se convierte en un aporte cultural hacia al turismo, rescatando que el cantón Bucay fue la cuna de construcción del ferrocarril combinándolo con la gastronomía del lugar lo que permitirá que sea considerado como otra alternativa para las personas que visitan este cantón.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diagnosticar la situación actual del cantón Bucay a través de un estudio de mercado para determinar la factibilidad económica y financiera de la creación de un restaurante en forma de vagón de ferrocarril enfocado en la cultura gastronómica, como propuesta de desarrollo turístico en Bucay.

### **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual del cantón Bucay que permita definir el perfil del consumidor.
- Desarrollar un estudio de mercado a través de estrategias de marketing con la información recolectada para alcanzar el posicionamiento en el mercado.
- Determinar la factibilidad económica y financiera de la creación de un restaurante en forma de vagón de ferrocarril enfocado a la cultura gastronómica del cantón

# Capítulo 1

## 1.1 Marco Referencial

Una búsqueda exhaustiva sobre otros proyectos referentes a restaurantes creados en vagones de trenes, se identificó un total de 6 restaurantes, en diferentes países, dichos restaurantes son:

### 1.1.1 El Vagón de Beni



*Figura 1.* Restaurante Vagón de Beni. Tomado de restaurante “El vagón de Beni” Recuperado de <http://www.elvagondebeni.es/>

En 1987 Benito Celestino, dueño de un restaurante, pensó en transformar un viejo vagón de tren, para recordar los antiguos coches-restaurantes Wagon Lits en el que la delicia de los alimentos, la alegría de recorrer diferentes lugares y la elegancia se combinaban.

Todo este marco propicio para que las sensaciones que se experimentan sean placenteras en los platos que se realizan, pero siempre escogiendo las mejores materias primas y preparándolas con su buen saber, lo que hace de la estancia un viaje distinto, divertido y especial.

Dirección: C/ San Macario nº6 Hoyo de Manzanares, Madrid, España

### 1.1.2 Complejo Vagón Devoto



*Figura 2.* Restaurante Complejo Vagón Devoto. Tomado de restaurante “Complejo vagón devoto. Recuperado de <http://www.vagondevotobistro.com/>

Este restaurante se localiza en un legítimo coche comedor del ferrocarril inglés desde 1906, con 30 m. de longitud, el mismo que ofrece un ambiente lleno de antigüedad y originalidad que hace del lugar una estancia placentera.

En este restaurante se identifica por la escenografía real y la temática, el deck-cubierto en invierno, o al aire libre bajo los árboles en verano, el vagón comedor y hasta el furgón de cola V.I.P. y sus diferentes ambientes crean una atmósfera informal, para ser aprovechada y disfrutada en cualquier momento y por cualquier edad.

Dirección: Ricardo Gutiérrez Norte 4215, C1419IGI CABA, Argentina

### 1.1.3 Vagón Restaurante La Postal

La postal es un restaurante en un vagón restaurado de los años cincuenta que ha sido bautizado con el nombre de Antonio Machado, un escritor muy vinculado a la ciudad de Segovia. Este vagón recrea las memorias del pasado de Machado ya que existieron innumerables viajes que realizó en tren para ver a su amada Pilar Valderrama a Madrid, más conocida como Guiomar. El tren fue lugar de inspiración y escogido para escribir parte de su obra.



El vagón, completamente es un acogedor comedor, y en sus dones culinarios se enfatizan los platos típicos como el cochinillo asado Marca de garantía o los famosos judiones de la granja, y platos de vanguardia como Saquitos de Pasta Brik Rellenos de Verduras y Langostinos o Sinfonía Gratinada de Cuatro Setas con Boletus Edulis y Alioli de Miel, la postal tiene capacidad para 54 personas

Dirección: Calle Sacramento, 22,40196 Zamarramala, Segovia, España.

#### **1.1.4 Restaurante el vagón, Hotel Miranda**

El vagón hotel miranda un restaurante que ofrece productos de la época con exquisitos aromas y sabores más tradicionales hechos a base de productos que se encuentran en la zona con un ambiente único e inigualable.

El Hotel Ciudad de Miranda, de 4 estrellas y situado en la localidad de Miranda de Ebro, se encuentra en una excelente ubicación entre Bilbao, Vitoria, Logroño y Burgos. Provincia de burgos, España. En el centro de Miranda frente a las estaciones de tren y autobús.

#### **1.1.5 Restaurante vagón express minero**



*Figura 3. Restaurante Vagón Express Minero. Tomado de "Vagón express minero. Recuperado de <http://www.vagondetobistro.com/>*

Más que una comida, se goza de un viaje en el tiempo pues al estar deleitando los alimentos en un viejo vagón de tren, se puede sentir el regreso a otra época, donde los platillos nacionales e internacionales hacen

una combinación única que sin ninguna duda los turistas querrán disfrutar de una experiencia inolvidable.

Dirección: Av del Ferrocarril No. 1, El Oro México

#### 1.1.6 Como en el tren



*Figura 4.* Restaurante Como en el Tren. Tomado de “Como en el tren”. Recuperado de <http://www.elsindical.com.ar/notas/el-restaurante-como-en-el-tren/>

El restaurante como en el tren uno de los más emblemáticos de la ciudad de Buenos Aires está situado en un coche comedor del ex ferrocarril Entre Ríos, este al igual que otros restaurantes conserva sus detalles antepasados que hacen del mismo un ambiente acogedor, lo que permite sentir un regreso a la historia disfrutando de cada plato

Como en el tren brinda un excelente menú con deliciosos platos hechos al instante, el chef encargado invita a sus comensales a disfrutar de pastas artesanales con una variedad de salsas, sin duda alguna este restaurante es conocido como lugar donde se recrean momentos del siglo pasado.

Dirección: Av. Donato Álvarez 173 del barrio de Caballito, Buenos Aires Argentina

## 1.2 Marco Teórico

En economía, Joseph Schumpeter (1912) fue quien introdujo este concepto de la innovación como el “desarrollo de nuevas combinaciones introducción y mejora de nuevos productos y procesos, cambios organizacionales y nuevas formas de llegar al mercado” (p. 37).

En su teoría de las innovaciones donde plantea que la economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa, de esta manera, el factor de crecimiento de la economía será la innovación y quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores (Schumpeter, 1961).

También Joseph Schumpeter (1961) propuso una diferenciación entre la invención y la innovación, distinguiendo a los inventos (que pueden no comercializarse y permanecer desconocidos) de las innovaciones, las cuales ya han sido socializadas. La discrepancia la trae el mercado, ya que el invento no necesariamente tendrá aceptación en el público.

Según Freeman (1974) la innovación es un conjunto de técnicas ya existentes para renovar un producto, un bien o un método pero sin embargo la innovación consiste en tener una creatividad e imaginación de realizar productos o servicios novedosos.

Según Drucker (1988) “La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; en el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente el empresario innovador ve al cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva el cambio mismo, pero busca el cambio, responde a él y explota como oportunidad” (p.173).

“Innovación es la producción de un nuevo conocimiento tecnológico, diferente de la invención que es la creación de alguna idea científica teórica

o concepto que pueda conducir a la innovación cuando se aplica el proceso de producción” (Elster, 1992, p. 141).

Dosi (1988) expresa que el proceso innovador es definido como la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales.

Innovación se considera un cambio representativo en un servicio o producto, por consiguiente también es introducir un desconocido diseño para un producto o servicio que llame la atención y sea único en el mercado (OCDE, 2005).

“La decisión de innovar se toma a menudo en un clima de gran incertidumbre” (Rossenber, 1994, p 39).

La teoría de la innovación se entiende por introducción de nuevas ciencias y el estudio de nuevos conocimientos en los movimientos económicos para las organizaciones. Cuando se trata de la innovación, se entiende que los investigadores son los más importantes para introducir nuevas ideas y los empresarios deberán emplear estas nuevas ideas en sus empresas de servicio o producto (Valdivia , 2007).

Christensen (2000) aporato que los empresarios que están pendientes de sus clientes y atienden a sus preferencias tienden a desarrollar innovación de una manera más significativa, ya que el cliente puede percibir dichos cambios de mejora en el producto lo cual permite un crecimiento de la empresa.

Nelson y Winter (2000) en su libro En Busca de una Teoría Útil de la Innovación usan el término innovación para designar los diversos procesos a través de los cuales evolucionan las tecnologías a lo largo del tiempo.

Innovación es la secuencia de actividades por las cuales un nuevo elemento es introducido en una unidad social con la intención de beneficiar la unidad, una parte de ella o a la sociedad en conjunto. El elemento no

necesita ser enteramente nuevo o desconocido a los miembros de la unidad, pero debe implicar algún cambio discernible o reto en el status quo (West & Farr, 1990).

Cooper (1990) presenta el proceso de innovación como un sistema complejo y lo enfoca desde la perspectiva del éxito de las estrategias de la innovación de productos, a través de lo que él define como dos procesos independientes y paralelos: un proceso de desarrollo y otro de evaluación.

Según Aguirre (2007) manifestó la importancia de la innovación que es aquello todo uso, practica u elemento novedoso que observan las personas y se introducen al cambio para ser mejores profesionales e ir en constante mejorara del negocio.

En el marco económico y empresarial según El World Economic Forum se posiciona a la innovación entre los aspectos que hace dinámica la competitividad de una compañía y por lo tanto la fortalece, ya que este es el único medio para mejorar a largo plazo la calidad de vida de la población. The Boston Consulting Group, profundiza más el análisis, extendiendo la idea de innovación a la estructura empresarial, a la cadena de valor, a los servicios que esta ofrece, a la experiencia del cliente, y considera como innovación a la totalidad de los aportes o introducciones que se realicen en cualquier ámbito de la empresa (Foro Económico Mundial, 2013).

Rogers (1995) comenta sobre la teoría de difusión de innovaciones indicando que nos ayuda a entender, la adaptación a una nueva innovación. En otras palabras, esta teoría ayuda a explicar el proceso de cambio social. La novedad de la idea percibida por el individuo determina su reacción ante ella.

“El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero esto es lo que define al empresariado innovador que busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad” (Drucker, 1988, p. 177).

### 1.3 Marco Conceptual

**Turismo.-** Según la Organización Mundial del 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 de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT 2008)

**Turismo Gastronómico.-** El turismo gastronómico es una forma muy particular de hacer turismo, donde la gastronomía del país visitado es el hecho fundamental que guía la visita (Labella, 2008).

**Restaurante Temático.-** Como lo dice su nombre e concepto se trata en su totalidad en un tema de estilo (Correa, 2013).

**Restaurantes.-** “Son aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas preparadas al público en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones señaladas en el reglamento de restaurantes y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes” (Mincetur, 2014).

**Servicio.-** “Los servicios resultan de una actividad productiva que cambia las condiciones del consumo, o facilita el intercambio de productos o activos financieros. No pueden ser objeto de comercio separado de su producción. En el momento de concluir su producción, deben haber sido proporcionado a los consumidores” (OMT, 2008).

**Mise en Place.-** Se conoce con el nombre de Mise en Place o montaje o mecánica a todas las operaciones necesarias que se efectúan para preparar el comedor antes de iniciar el servicio (González, 2014).

**Maitre.-** “Persona encargada de supervisar el servicio y funcionamiento del comedor, de recibir y atender a los clientes, así como de cuidar la buena presentación de los platos” (Mincetur, 2014).

**Categoría:** Rango definido por este Reglamento a fin de diferenciar las condiciones de infraestructura, equipamiento y servicios que deben ofrecer los restaurantes, de acuerdo a los requisitos mínimos establecidos. Puede ser de cinco (5), cuatro (4), tres (3), dos (2) o un (1) Tenedor (Mincetur, 2014).

**Restaurante de Lujo (5 tenedores).**- este r tipo de restaurante debe tener un servicio exclusivo al cliente, contar con un menú elaborado donde se pueda ver reflejado los platos a servirse, tener una carta con distinción de vino y cervezas el ambiente y la decoración será del tipo o temático al que este adecuado, la higiene debe prevalecer en el restaurante siendo así que el personal debe estar correctamente uniformado ya que atenderá la necesidades del consumidor (Mincetur, 2014).

**Restaurante de Primera (4 tenedores).**- es conocido como “full service” a diferencia del de lujo este presentara algunos tipos de servicio al cliente para su mayor comodidad, un menú con platos limitado así como en bebidas alcohólicas de acuerdo a su modalidad puede o no tener carta de vinos, y por último el personal tiene entrada independiente a la del comensal (Mincetur, 2014).

**Restaurante de Segunda (3 tenedores).**- este tipo de restaurante conocido y utilizado por los turistas, su capacidad será limitada ya que su espacio físico es más pequeño, cuenta con una carta que ofrecerá hasta 6 platos de especialidad con postres, dulces, frutas y bebidas (Mincetur, 2014).

**Restaurante de Tercera (2 tenedores).**- ofrece un servicio limitado, su acceso será el mismo para comensal y personal, la cocina poseerá lo indispensable para el cliente, el menú se presentara con platos y bebidas juntos su mantelería y cristalería será sencilla pero impecable para el consumidor (Mincetur, 2014).

**Restaurante de Cuarta calidad (1 tenedor).**- este tipo de restaurante son de paso, cuenta con un comedor independiente a la cocina, al contrario de los demás restaurante este tiene muy limitado el menú que ofrecerá solo sopas, especialidades y frutas cuenta con un ambiente sencillo e higiénico (Mincetur, 2014).

De acuerdo a esta categorización los restaurantes son evaluados para elaborar mejoras en el servicio al cliente para así convertirse en un establecimiento renovador de acuerdo a las necesidades del consumidor de manera que cada un sabrá en que categoría de restaurante de acuerdo a su situación monetaria y gustos prefieran visitar (Melgosa, 2007).

**Innovación.**- Se entiende por innovación al proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Innovación en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado (Formichella, 2005).

**Oferta.**-“Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado.” (Fisher & Espejo, 2004, p. 243).

**Demanda.**-“Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”. (Andrade, 1996, p. 215).

## **1.4 Marco Legal**

Según la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2014) “La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción,



el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.”

En el capítulo 2 de la Ley de Turismo, artículo 5 Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

1. Alojamiento
2. Servicio de alimentos y bebidas
3. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
4. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte
5. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y
6. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

De acuerdo al numeral 2 de servicio de alimento y bebidas considerado como actividad turística para ello es necesario tener un registro turístico otorgado por el Ministerio de Turismo donde extiende los siguientes requisitos:

1. Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto
2. Copia del nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil

3. Copia del trámite del ingreso para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) del año en curso (tramite otorgado por el Municipio de Quito a través de la administración zonal correspondiente a la jurisdicción del establecimiento turístico)

4. Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación, pasaporte (extranjeros) del representante legal

5. Copia a color del Registro Único de Contribuyentes (RUC) actualizado

6. Copia del resultado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

7. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres, y equipos del establecimiento turístico a registrarse debidamente firmado por el representante legal (original y copia)

8. Original y dos copia del formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del UNO POR MIL (el formulario solicitarlo en las ventanillas de atención al cliente de las oficinas de Quito Turismo) (Ministerio de Turismo, 2013)

9. Art 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

### **1.4.1 Registro Único de Turismo**

**Art. 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aun cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

#### **1.4.2 Licencia Única Anual de Funcionamiento**

**Art. 55.-** Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

**Art. 56.-** Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha

expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

**Art. 57.-** Autoridad administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

**Art. 58.-** Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias. (Ministerio de Turismo, 2004)

## **Capítulo 2**

### **Metodología de la Investigación**

#### **2.1 Método de Investigación**

Este proyecto busca determinar la viabilidad que existe en la construcción de un restaurante en un vagón de ferrocarril enfocado en la gastronomía típica del cantón Bucay, para generar mayor demanda turística en la zona, para ello se realizaron 2 tipos de investigación, exploratoria y descriptiva.

La investigación será realizada con un estudio mixto cualitativo como cuantitativo, donde la información será obtenida a través del municipio, coordinadora de turismo, encuestas para determinar el nivel de aceptación de la propuesta complementándolo con documentación física o de la web así como entrevistas.

#### **2.2 Enfoque de la Investigación**

El enfoque cuantitativo usa la recolección y el análisis de información para contestar preguntas de investigación así como comprobar hipótesis establecidas anteriormente, confía en la medición numérica, el conteo, y la utilización de estadísticas para establecer con precisión patrones en una población (Gomez,2006).

Se seleccionó la investigación cuantitativa ya que por medio de datos estadísticos (encuestas) podremos determinar el nivel de aceptación que tendría el producto en este caso el restaurante que se desea ofertar, además permitirá identificar las preferencias de los habitantes tanto nacionales como extranjeros.

Según Saavedra y Castro (2007) La investigación cualitativa aparece como una ventajosa forma de acercarse a comprender dicho

conocimiento compartido, especialmente pues se rescata lo que los propios sujetos, en sus propias expresiones, identifica y señalan como sustancial a las experiencias que se investigan. Rescatando por tanto no la lectura de la realidad de parte del investigador, sino de los sujetos y las construcciones sociales que han realizado de su propia realidad

El enfoque cualitativo permitirá la familiarización con el cantón Bucay, su condición de vida, habitantes y cultura, a través de entrevistas que permitan conocer la realidad del lugar contada por una autoridad competente en el área de turismo quien podrá emitir una opinión sobre la propuesta que se desea llevar a cabo.

## **2.3 Técnicas de Investigación**

Para llevar a cabo la investigación se aplicaran las técnicas de investigación documental y de campo.

### **Investigación documental**

Según Barrios (2006) es el análisis de complicaciones con el fin de expandir y profundizar la razón de su naturaleza con la ayuda de trabajos anteriormente realizados, información así como datos publicados a través de medios audiovisuales, vía web o impresos.

### **Investigación de campo**

Según Arias (1999) la investigación de campo radica en recolectar de datos directamente del escenario donde acontecen los hechos sin manipular o controlar variable alguna, de esta forma se obtiene información, la cual permite entender el medio que se está estudiando.

## 2.4 Tipo de Estudio

La investigación exploratoria permite la aproximación a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular (Grajales, 2000). Este marco permite: aclarar conceptos, establecer preferencias para posteriores investigaciones y proponer hipótesis que se encuentren bien fundamentadas.

Se efectuará visitas de campo, donde se interactuara con los habitantes, de esta manera se conocerá su forma de vida, economía, costumbres, gastronomía, gestiones municipales, en otras palabras los aspectos más relevantes para tener buena base de información (Roman y Toledo, 2014).

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (Morales, 2011, p. 2).

Con esta investigación se busca estudiar el mercado y reconocer los gustos e inclinaciones de los futuros consumidores a los cuales se desea ofertales este servicio gastronómico, estos fundamentos ayudan a destacar el resultado al que se quiere llegar por medio de este análisis.

## **2.5 Diseño de la Investigación a Efectuar**

### **2.5.1 Universo**

La población también conocida como universo, es un conjunto de todos los elementos que se estudian, acerca de los cuales se intenta obtener la información que permita sacar las conclusiones.

Arias en su libro Proyecto de Investigación, define la población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (Arias, 2006, p. 26).

Tomando como referencia las características del cantón Bucay, la cercanía que tiene con la ciudad de Guayaquil, la diversidad recreativa y la oferta de deportes extremos que brinda el cantón, el nicho de mercado seleccionado para ofertar los servicios gastronómicos del restaurante a crear en forma de vagón de ferrocarril del cantón, son los guayaquileños y turistas tanto nacionales como extranjeros que arriban al cantón.

Por las características y la variabilidad del número de turistas que llegan a Bucay, así como de habitantes que posee la ciudad de Guayaquil, se identifica la población de turistas como una población infinita.

### **2.5.2 Muestra**

En muchas investigaciones el tamaño de la población es muy grande, y en otras la población es infinita como es el caso de la investigación a realizar, por lo que no es posible analizarla en su totalidad por los altos costos que demandaría encuestarlas a todas. La muestra y el muestreo son técnicas que posibilitan estudiar solo una parte de la población, siendo los



resultados de esta, representativa al resto de la población, obteniéndose con ellas conclusiones que pudieran generalizarse a toda la población.

### 2.5.3 Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se aplicara la fórmula que se detalla a continuación.

$$n = \frac{(Z^2)(p)(q)}{e^2}$$

Dónde:

n: número de elementos de la muestra

Z: nivel de confianza 1.96

p: probabilidad de éxito 0.50

q: probabilidad de fracaso 0.50

e: margen de error 5%

$$n = \frac{(1.96^2)(0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

***n = 384 personas a encuestar***

En conclusión la formula determina que se debe escoger 384 personas para ser encuestadas.

#### **2.5.4 Tipo de Muestreo**

El muestreo a realizarse es no probabilístico tomando en cuenta que se selecciona los turistas por conveniencia del lugar donde se presenten en este caso la ciudad de Guayaquil y el cantón Bucay, combinado con el método aleatorio ya que de esos dos lugares las personas encuestadas serán seleccionadas al azar.

#### **2.5.5 Técnicas de Recolección de Datos**

Para poder llevar a cabo una adecuada investigación, es necesario obtener una información que ofrezca resultados, significativos, concisos y favorables, que favorezca el desarrollo del proceso investigativo, para poder obtener dicha información los investigadores se pueden basar en técnicas como las encuestas y las entrevistas.

En dicha investigación se emplearán ambas, las encuestas que serán realizadas a los habitantes de la ciudad de Guayaquil y turistas que arriben al cantón, los datos cuantitativos nos brindarán criterios y valores significativos para la confección de los servicios a ofertar en el restaurante. La entrevista se realizará a una persona que se maneje en el ámbito turístico del cantón de Bucay.

### **2.6 Formato de Encuesta**

**Lugar de residencia:**

**Genero**

Masculino

Femenino

### Edad

18 a 29 años		42 a 53 años	
30 a 41 años		54 a 65 años	

**1. ¿Qué medios publicitarios utiliza para conocer o considerar destinos turísticos? (Seleccionar 2 opciones)**

Agencias de viajes	
Despegar, trip advisor etc.	
Internet (directa pág. de la empresa)	
Familiares y amigos	

**2. Al elegir un destino , usted preferiría (Seleccionar 2 opciones)**

Sol y playa	
Naturaleza	
Cultural y gastronómico	
Deportes extremos	

**3. ¿Cuál es su preferencia para realizar viajes?**

Entre semana	
Fines de semana	
Feridos	
Vacaciones	

**4. ¿Cuándo viaja, por cuantos días permanece en el destino?**

1 día	
2 a 3 días	
4 a 7 días	

**5. Cuando generalmente usted viaja lo hace**

Solo	
Con amigos	
Con familiares	

**6. ¿Conoce el cantón Bucay ubicado en la provincia del Guayas?**

Sí  No

**7. Estaría dispuesto a visitar un restaurante enfocado en la cultura gastronómica del cantón Bucay ubicado en el vagón de un ferrocarril**

Sí  No

**8. Le gustaría que el restaurante sea**

Estático	
En movimiento	

**9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de restauración?**

20-30	
31-40	
41-50	

**10. ¿Qué aspectos considera importante a la hora de elegir un restaurante? (Seleccionar 2 opciones)**

Calidad	
Servicio	
Reconocimiento	
Ambiente	
Innovación	
Precio	
Ubicación	

## 2.7 Presentación de resultados: Tablas y gráficos.

Tabla 1

*Género de encuestados*

Género		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	249	64.84%
Femenino	135	35.16%
Total de encuestados	384	100%

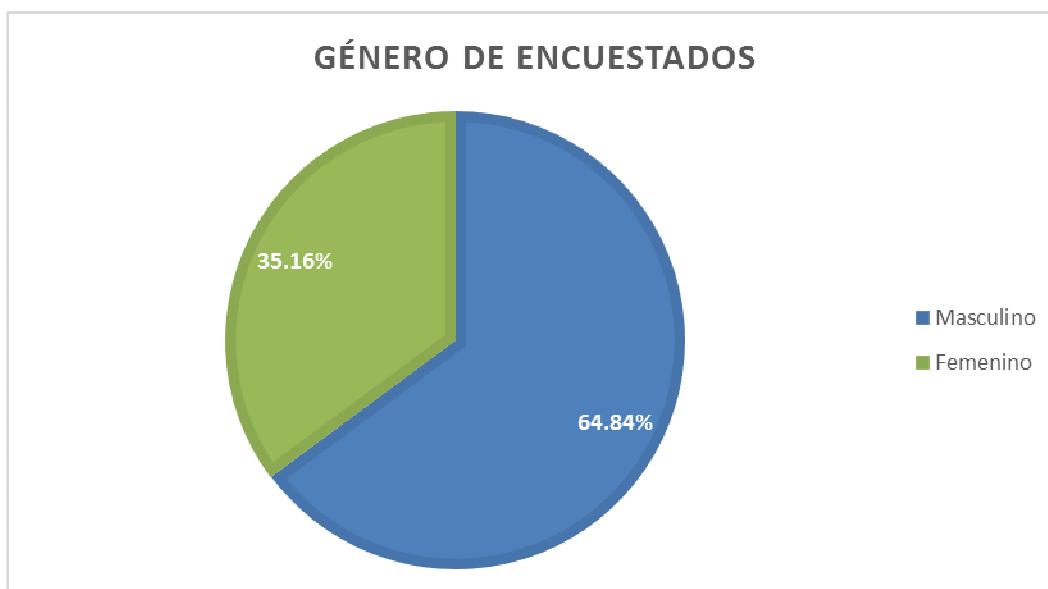


Figura 5. Género de encuestados

Considerando que el mercado seleccionado corresponde a los ciudadanos guayaquileños y el sector extranjero, se realizó las encuestas en base a la fórmula de población infinita dando un resultado de 384 personas a encuestar, en la cual la gran mayoría fueron del género masculino.

Tabla 2

*Edad de los Encuestados*

<b>Edad</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18-29 años	223	58.0 %
30-41 años	101	26.3 %
42-53 años	52	13.5 %
54-65 años	8	2.08 %
Total de encuestados	384	100 %

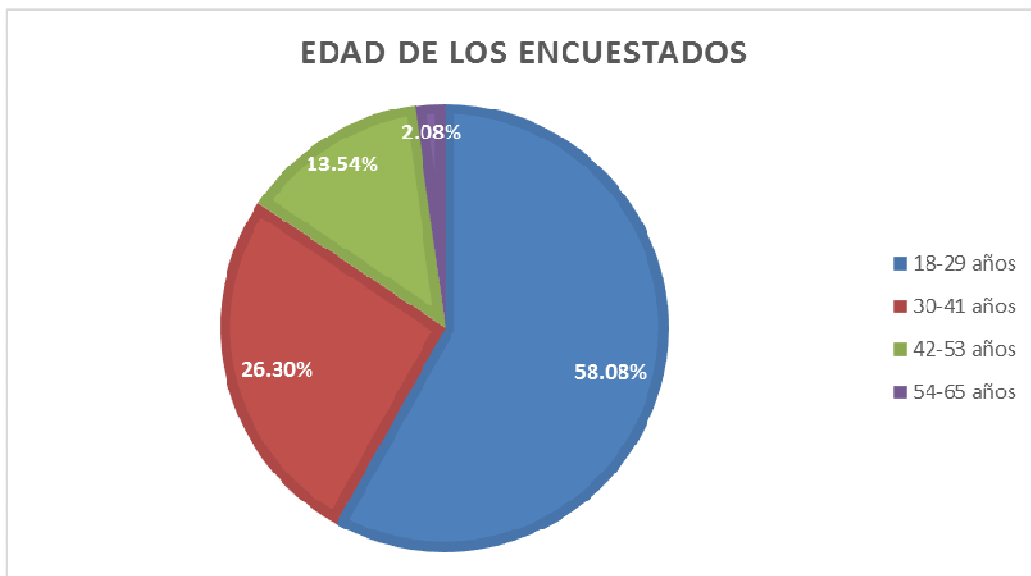


Figura 6. Edad de los Encuestados

Considerando que Bucay es un destino de aventura el rango de personas seleccionado en su mayoría fueron entre 18 a 29 años y 30 a 41 años.

**Pregunta 1. ¿Qué medios publicitarios utiliza para conocer o considerar destinos turísticos? (Seleccionar 2 opciones)**

Tabla 3  
Medios Publicitarios

¿Qué medios publicitarios utiliza para conocer o considerar destinos turísticos?		
Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viajes	84	21.86%
Despegar, trip advisor etc.	36	9.39%
Internet (directa pág. de la empresa)	101	26.30%
Familiares y amigos	163	42.45%
Total de encuestados	384	100%

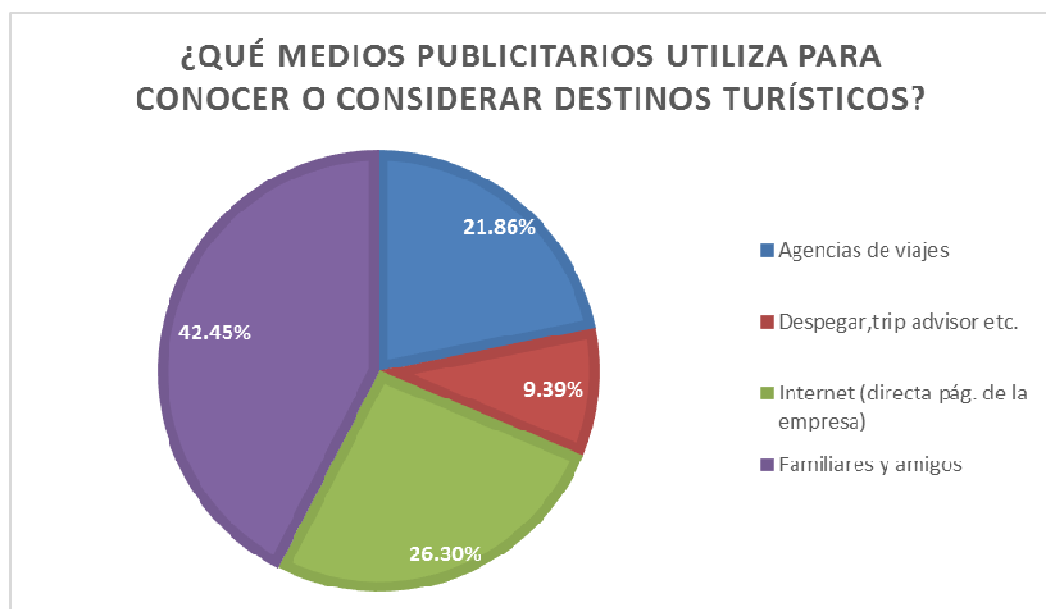


Figura 7. Medios publicitarios utiliza para conocer o considerar destinos turísticos

Considerando que los medios publicitarios es una manera de ingresar al mercado queda demostrado que de preferencia utilizan a familiares y amigos para la elección del destino seguido de las páginas de internet.

**Pregunta 2. Al elegir un destino, usted preferiría (Seleccionar 2 opciones)**

Tabla 4

*Al elegir un destino, ¿Usted preferiría?*

<b>Al elegir un destino, usted preferiría (Seleccionar 2 opciones)</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sol y playa	143	37.24%
Naturaleza	63	16.40%
Cultural y gastronómico	66	17.19%
Deportes extremos	112	29.17%
Total de encuestados	384	100%



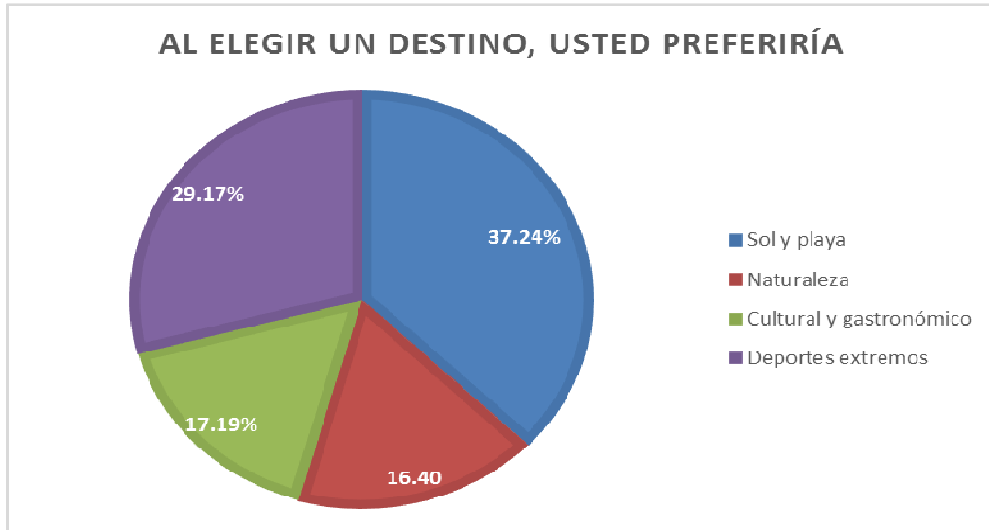


Figura 8. Al elegir un destino, usted preferiría

Al momento de elegir un destino las personas encuestadas indicaron que van con frecuencia al de sol y playa seguida por los deportes extremos, lo cual nos otorga una ventaja

**Pregunta 3. ¿Cuál es su preferencia para realizar viajes?**

Tabla 5

*Preferencia para realizar viajes*

<b>¿Cuál es su preferencia para realizar viajes?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre semana	15	3.91%
Fines de semana	172	44.79%
Feridos	65	16.93%
Vacaciones	132	34.37%
Total de encuestados	384	100%

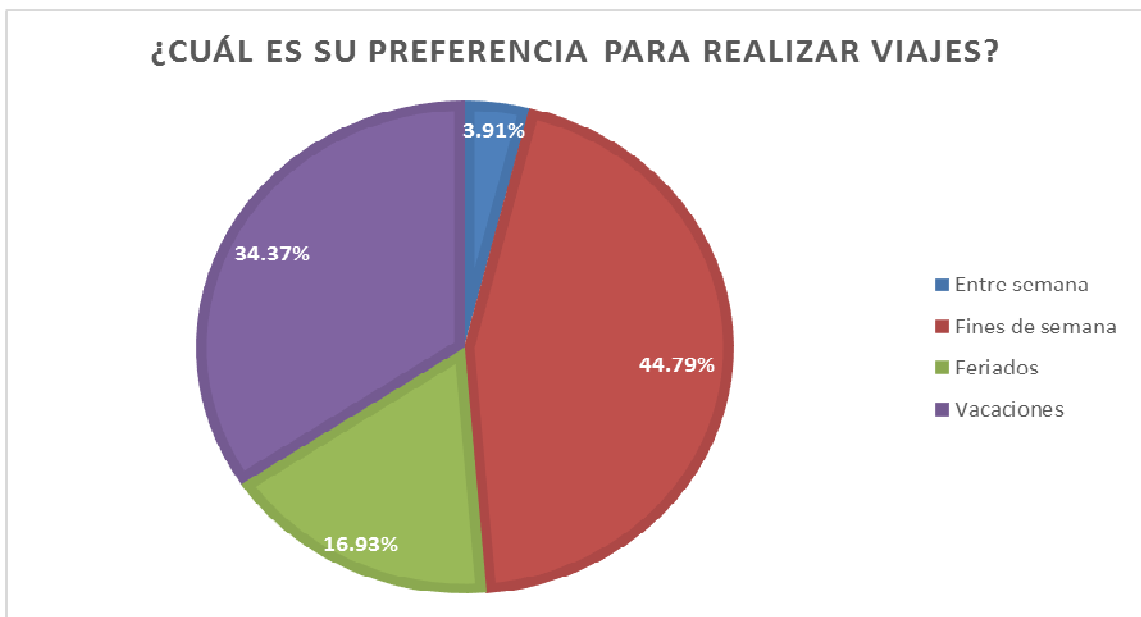


Figura 9. Preferencia para realizar viajes

Al realizar sus viajes las personas indicaron que en su mayoría prefieren visitar un destino los fines de semana por este motivo se deberá generar estrategias para atraer turistas a la semana y generar ingresos.

**Pregunta 4. ¿Cuándo viaja, por cuantos días permanece en el destino?**

Tabla 6

*Días que permanece en el destino*

<b>¿Cuándo viaja, por cuantos días permanece en el destino?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 día	13	3.39%
2 a 3 días	226	58.85%
4 a 7 días	145	37.76%
Total encuestados de	384	100%



Figura 10. Días que permanece en el destino

La encuesta reveló el tiempo que las personas permanecen en un destino, está dentro del rango de 2 a 3 días lo cual es significativo para cualquier empresa o destino turístico.

**Pregunta 5. ¿Cuándo generalmente usted viaja lo hace?**

Tabla 7  
*Generalmente Viaja*

<b>¿Cuándo generalmente usted viaja lo hace?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Solo	41	10.68%
Con amigos	184	47.92%
Con familiares	159	41.40%
Total de encuestados	384	100%

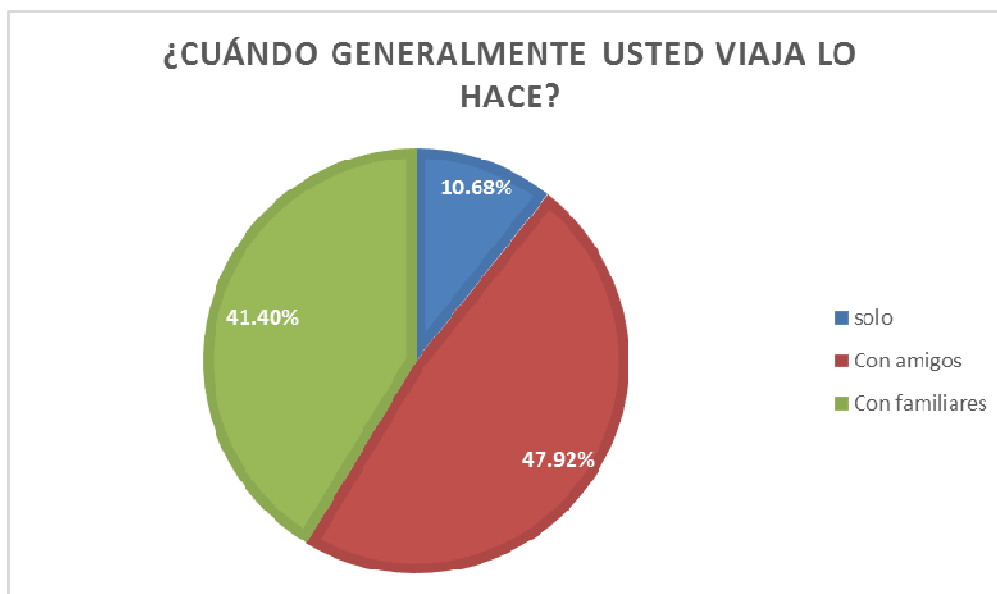


Figura 11. Generalmente viaja

Según el resultado de la encuesta el mayor porcentaje de las personas prefieren viajar en compañía de sus amistades lo que representa una gran ventaja para la industria turística y área gastronómica.

**Pregunta 6. ¿Conoce el cantón Bucay ubicado en la provincia del Guayas?**

Tabla 8

*¿Conocen el cantón Bucay?*

<b>¿Conoce el cantón Bucay ubicado en la provincia del Guayas?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	313	81.51%
No	71	18.49%
Total de encuestados	384	100%

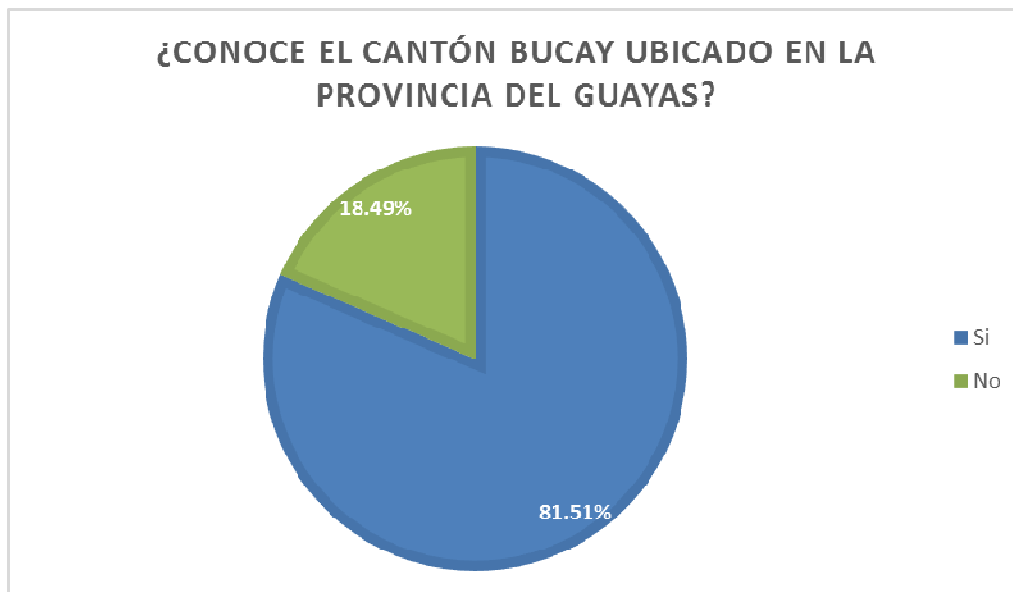


Figura 12. Conoce el cantón Bucay ubicado en la provincia del Guayas

La encuesta demostró que las personas en su mayor parte si conocen el cantón Bucay lo cual es una ventaja porque tienen conocimiento de las atracciones turísticas del cantón y como representa al turismo de aventura, más su aporte cultural que posee por el ferrocarril.

**Pregunta 7. Estaría dispuesto a visitar un restaurante enfocado en la cultura gastronómica del cantón Bucay ubicado en el vagón de un ferrocarril**

Tabla 9

*Visita al restaurante*

<b>Visita al restaurante en un vagón de ferrocarril del cantón Bucay</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	341	88.80%
No	43	11.20%
Total encuestados de	384	100%

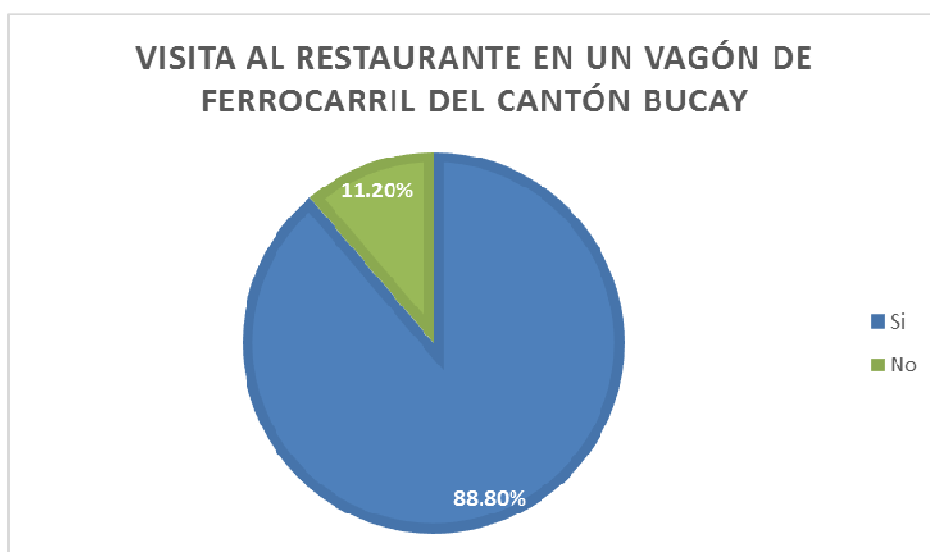


Figura 13. Visita al restaurante en el cantón Bucay

Según los datos registrados en la encuesta la gran mayoría se sienten atraídos por visitar el restaurante con una nueva tendencia en el mundo gastronómico que no existe en el cantón así como tampoco en el país.

#### Pregunta 8. Le gustaría ¿que el restaurante sea?

Tabla 10

*Le gustaría que el restaurante sea*

<b>Le gustaría ¿que el restaurante sea?</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Estático	283	73.70%
En movimiento	101	26.30%
Total de encuestados	384	100%

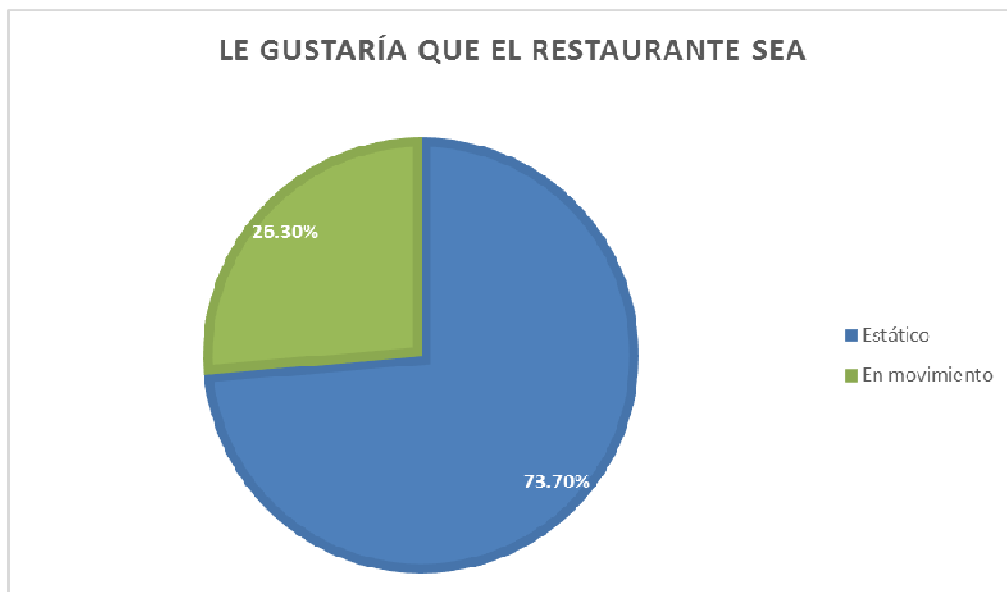


Figura 14. Le gustaría que el restaurante sea

De acuerdo a la preferencia de los encuestados en su mayoría manifestaron que el restaurante debe ser estático, en base al resultado que se obtuvo el proyecto se lo llevara a cabo de esta manera.

**Pregunta 9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el servicio de restauración?**

Tabla 11

*Margen de Precios*

<b>Margen de precios</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
20-30	231	60.16%
31-40	127	33.07%
41-50	26	6.77%
Total encuestados de	384	100%

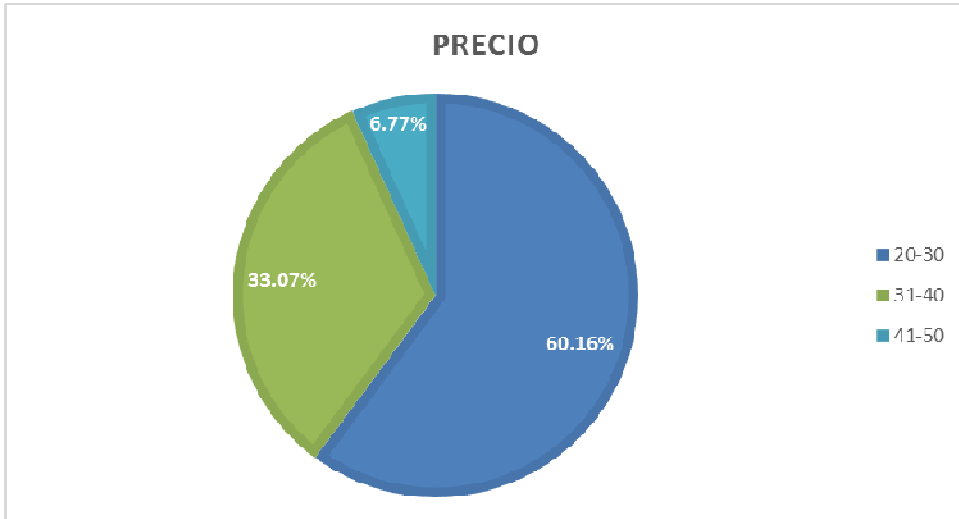


Figura 15. Margen de precios

En las encuestas realizadas se demostró que el precio que las personas están dispuestas a pagar está en el rango de 20 a 30 dólares por este servicio.

**Pregunta 10. ¿Qué aspectos considera importante a la hora de elegir un restaurante? (Seleccionar 2 opciones)**

Tabla 12

*Aspectos importantes a la hora de elegir un restaurante*

<b>¿Qué aspectos considera importante a la hora de elegir un restaurante? (Seleccionar 2 opciones)</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Calidad	85	22.14%
Servicio	104	27.08%
Reconocimiento	21	5.47%
Ambiente	35	9.11%
Innovación	43	11.20%
Precio	67	17.45%
Ubicación	29	7.55%
Total de encuestados	384	100%



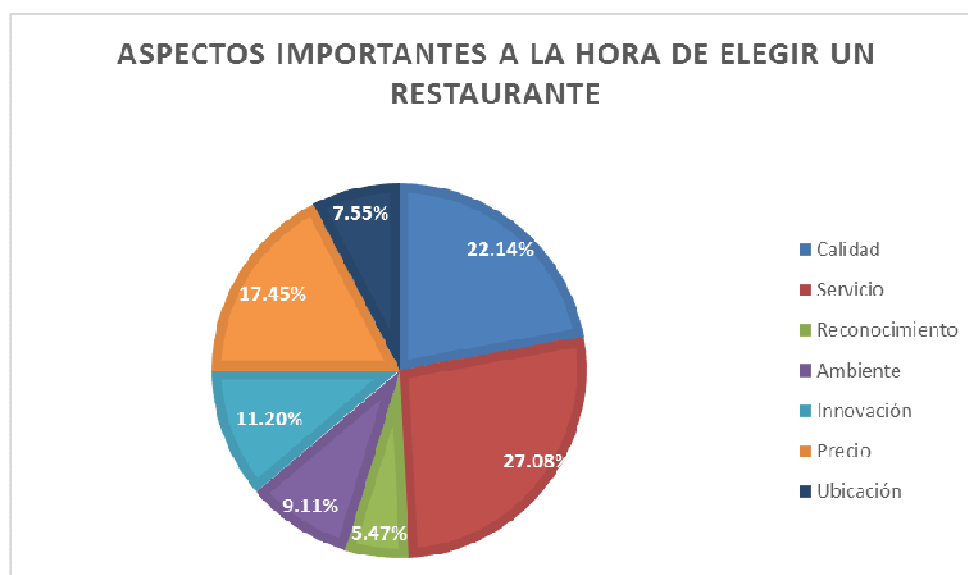


Figura 16. Aspectos importantes a la hora de elegir un restaurante

La mayoría de los encuestados coinciden que el servicio y la calidad son factores importantes que deben existir a la hora de brindar un servicio gastronómico hacia los clientes ya que de estos dos componentes dependerá la percepción del lugar.

## 2.1 Análisis de las entrevistas efectuadas

**Realizada a la Coordinadora de Turismo del cantón Bucay María Teresa Mendoza**

### 1. ¿Cómo usted ve la situación turística del cantón Bucay?

Considero que se ha progresado bastante como cantón, diversificado la oferta que se tenía hace muchos años, a pesar de esto aún hay cosas que debemos mejorar. Nosotros siempre estamos en constante innovación tratamos de que las personas que ofertan los productos y servicios turísticos estén capacitados, cada año se realizan talleres de capacitación,

actualización en temas de turismo y eso permite que cada vez ellos mejoren el servicio.

**2. ¿Cree usted que este cantón cuenta con la suficiente planta turística?**

No, nos falta más restaurantes en la zona urbana, no en la rural porque esa zona es una área más turística, pero hay turistas que simplemente están de paso y quieren comer bien así como pasear por la zona urbana.

**3. ¿Qué opina sobre la innovación?**

Creo que es una de las mejores opciones por la que cualquier empresa que oferta productos o servicios puede optar; permite generar que mi competencia sea mejor, la competencia al contrario de lo que todos piensan no es mala.

No hay que conformarse en una línea en la cual oferto determinado producto de manera repetitiva, hay que ser mejores porque cada día las personas demandan mayor innovación.

**4. ¿Cree usted que la construcción de un restaurante en un vagón de ferrocarril aportara tanto a la planta turística como a la demanda de este cantón?**

Por supuesto, las personas de Bucay son de alma ferroviaria ya que el cantón nació con el tren por ende todos se sienten identificados, es el orgullo de este lugar, si se hace un restaurante dentro de un vagón de ferrocarril eso va a llamar la atención de los visitantes, a nivel nacional y hasta se podría proyectar a nivel interprovincial, sería un plus que se la va a dar al cantón para aumentar su demanda de visitantes.

## **2.8 Interpretación**

En base a todas las preguntas realizadas a la Coordinadora de Turismo del cantón se puede concluir que Bucay es un lugar que todavía le falta desarrollarse en el ámbito turístico pero que se está encaminado a ello a través de las capacitaciones a las personas que ejercen este tipo de actividad, que anhela poder incrementar la gama de servicios con proyectos que sean innovadores y que les permita diferenciarse de los otros por ese plus adicional.

La idea del restaurante en un vagón de ferrocarril resulta atractiva por ser el tren parte de la cultura de sus habitantes y por representar una forma diferente de degustar la comida así como pasar una velada agradable. De esta forma se estaría ofreciendo a la provincia del Guayas un servicio de restauración que no existe en ninguna otra provincia del Ecuador.

## **Capítulo 3**

### **Estudio de Mercado**

#### **3.1 Las Cinco Fuerzas de Porter**

Uno de los métodos más conocidos para realizar un análisis de ambiente en el cual se desempeña una determinada empresa, es el elaborado por Michel Porter, enfocado en cinco fuerzas ambientales, nombradas las cinco fuerzas de Porter, las cuales inciden significativamente en el desarrollo de las organizaciones que forman parte de una misma industria o sector, estas cinco fuerzas de Porter son:

##### **3.1.1 Amenaza de Nuevos Entrantes o Competidores**

Esta fuerza hace mención a la entrada de empresas que promueven el mismo producto o servicio que el que se propone, cuando una empresa suele insertarse cómodamente en una industria se intensifica la competencia en ella, de ahí la necesidad de estudiar continuamente las posibles entradas de nuevos competidores, para mitigar estos riesgos las empresas pueden encaminar varias acciones y así dificultar esas posibles entradas, entre ellas se encuentran:

- Aumentar constantemente la calidad de los servicios
- Ampliar los canales de ventas.
- Incrementar la publicidad.
- Mejorar las condiciones de ventas.

Cerca de la zona urbana donde va a estar ubicado el restaurante existe, El café del tren que sería el competidor más directo por su ubicación estratégica, ya que se encuentra localizado en la estación del tren. Otro posible competidor es mundo San Rafael, está ubicado en la parte rural del cantón que además de ofrecer paseos a caballos, en bote entre otras actividades lo complementan con el servicio de restauración.

El turismo es una actividad que sigue creciendo cada año y por ende nuevos competidores surgen con ideas diferentes e innovadoras, por ello la amenaza de nuevos competidores es alta.

### **3.1.2 Poder de Negociación de los Compradores o Clientes**

Se pretende captar la atención de los clientes a través de la publicidad, con el avance tecnológico se manejan mucho las redes sociales entre las más destacadas están Instagram, Facebook y twitter los cuales son utilizados como un método para captar clientes potenciales, también sirven para recibir comentarios y poder responder inquietudes, y son de bajo costo para la empresa.

La gran ventaja con la que se cuenta es que el ministerio de turismo y la alcaldía del cantón se encuentran interesados en proyectos que fomenten el turismo en la zona, y aportarían con vallas publicitarias para el negocio durante los primeros meses.

### **3.1.3 Poder de Negociación de los Proveedores**

Para poder ser parte de la competencia en el servicio de restauración que ofrece el cantón Bucay es necesario contar con proveedores de materia prima para la elaboración de los platos que se van a ofrecer. Se deberá investigar cada uno de los posibles provisosores realizar una comparación para luego seleccionar los que sean más convenientes para la empresa en función costo, beneficio, calidad del producto, formas de pago etc.

La investigación se realizara dentro del cantón Bucay por ser un lugar donde sus habitantes se dedican a la actividad agrícola, avícola y ganadera, así también a la cañicultura lo cual brinda una mayor alternativa al momento de seleccionar los proveedores para el restaurante.

### **3.1.4 Amenazas de Productos Sustitutos**

En esta fuerza se analiza la entrada potencial de empresas que ofertan productos sustitutos las cuales fuerzan el precio tope al cual se podría comercializar el producto o servicio, estas empresas suelen entrar fácilmente cuando:

- Los costos de los productos sustitutos son menores a los productos existentes.
- Existe poca publicidad de los productos o servicios existentes.
- Los costos para los consumidores a la hora de cambiar de un producto a otro producto sustituto es bajo.

Si bien los servicios que se ofrecen en esta propuesta de negocio sería uno de los incentivos para promover el turismo en el cantón, existen otras ofertas como los pequeños puestos de comida que pueden suplir la misma necesidad a un menor costo.

### **3.1.5 Rivalidad Entre los Competidores Existentes**

La mayoría de servicios gastronómicos que se ofrecen en el cantón son básicos, creados por los habitantes del sector, en los cuales la manipulación de los alimentos así como el acondicionamiento del lugar no son los más aptos que se deberían ofrecer a los turistas que los visitan.

En la actualidad en la zona urbana el único restaurante que cuenta con todos los requisitos que implica un servicio gastronómico acorde a lo que indica el ministerio de turismo es el café del tren, en el cual se ofrecen almuerzos, desayunos así como bebidas calientes. Este restaurante representaría una alta amenaza para El vagón del Bucay.

## **3.2 P.E.T.S.A.**

El análisis PESTA es un estudio sobre las tendencias macroambientales que surge por la necesidad de obtener una perspectiva proactiva del comportamiento a gran escala del entorno en el que la empresa se ha de insertar, con el fin de poder identificar posibles amenazas y oportunidades a las cuales se enfrentaría en el futuro.

Dicho estudio macroambiental, analiza diferentes tipos de tendencias; las de tipo político, económicas, socioculturales, tecnológicas y ambientales, dicho análisis para cada una de las tendencias antes mencionadas se muestra a continuación:

### **3.2.1 Factores Políticos**

El Estado ecuatoriano está desarrollado por cinco poderes gubernamentales: el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, el Poder Electoral y el Poder de Transparencia y Control Social

El estado ecuatoriano en el transcurso de su historia, ha transcurrido por un gran número de sucesos que han enriquecido la actual situación política del país. Su actual gobierno es de origen democrático siendo el presidente el Economista Rafael Correa Delgado. Sus políticas de forma general están encaminadas al bienestar social, que los ciudadanos tengan acceso a una casa, para las cuales ha dado la posibilidad de préstamos hipotecarios de vivienda de hasta quince años de plazo.

Otros de los logros obtenidos durante su mandato ha sido la contracción del peso de la deuda externa, el aumento de la inversión pública y disponibilidad de recursos para beneficios sociales, sin embargo se ha de señalar la necesidad de crear un sistema de ahorro que posibilite un crecimiento económico sostenible, aplicando estrategias de desarrollo que involucren las pequeñas y medianas empresas.

Según el Ranking Global de Competitividad 2012-2013, presentado por el Foro Económico Mundial la ubicación de Ecuador con respecto a la del año 2011 ha mejorado: del puesto 101 al 84, lo que representa una mejora de 16 lugares en la percepción sobre el ambiente de inversión en el país (Foro Económico Mundial, 2013).

Los factores más problemáticos para hacer negocios en Ecuador, según el Informe del Foro Económico Mundial son:

1. Corrupción.
2. Regulaciones laborales restrictivas.
3. Inestabilidad política.
4. Crimen y robos.
5. Burocracia ineficiente del gobierno.
6. Acceso a financiamiento.
7. Regulaciones de impuestos.
8. Tasas de impuestos.
9. Inestabilidad del gobierno.
10. Poco trabajo ético en la fuerza laboral.
11. Educación inadecuada de la fuerza de trabajo.
12. Inflación.
13. Regulación de monedas extranjeras
14. Infraestructura inadecuada.
15. Pobre estado de la salud pública.



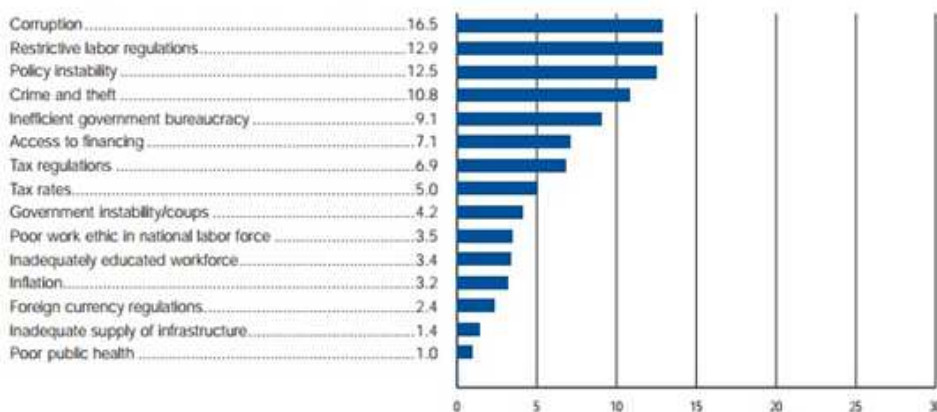


Figura 17. Factores más problemáticos para hacer negocios en Ecuador

Tomado de Foro Económico Mundial 2013

### 3.2.2 Factores Económicos

Ecuador a lo largo de su historia ha venido realizando cambios que han marcado huellas en su economía. El hecho más reciente y que ha dejado un gran impacto en su economía fue la crisis financiera desplegada a inicios del año 2000, con el feriado bancario unido a las altas tasas de interés emitidas para los préstamos, la tasa de inflación se incrementó enormemente saliendo de todo pronóstico económico, dando consigo a circunstancias que conllevaron a una economía en deterioro.

La crisis del 2000 fue el comienzo para la dolarización del país, medida que permitió una mediana estabilidad en las finanzas, reduciendo la inflación y permitiendo la recuperación paulatina de la economía nacional, a la que también contribuyó el incremento en ese periodo del precio del petróleo, siendo este uno de los principales rubros exportables del país, con alta dependencia sobre el para la confección de los presupuestos anuales.

Para finales del año 2014 se comienza a experimentar una acelerada caída en los precios del petróleo, siendo la principal causa la sobre oferta de países desarrollados como Estados Unidos. Antes esta problemática siendo la economía ecuatoriana altamente dependiente de las exportaciones del petróleo, comenzaron a emerger los problemas económicos en el país.

Entre las medidas implementadas por el estado para atenuar dicha situación fueron las de realizar recortes en el presupuestos del estado para el 2015, implementar nuevos impuestos, solicitar préstamos externos entre otros, dichas medidas trajeron consigo resentimiento social e inestabilidad económica.

Todos estos cambios y acciones económicas no tuvieron altos impactos en el sector gastronómico, donde el crecimiento promedio del mercado de alimentos en Ecuador desde el 2009 al 2014 fue de un 10%, con una proyección hasta el 2018 de una tasa de crecimiento del 6% anual hasta llegar a 5,510 millones de USD.

Cabe recalcar que en el año 2014 el Ecuador fue declarado en la región como el segundo país con mayor crecimiento turístico. “El crecimiento en Sudamérica fue impulsado principalmente por Argentina con un incremento del 15,8 por ciento; Ecuador con 14,3 por ciento y Colombia un 12 por ciento”. (OMT, 2014)

## **La Inflación**

Ecuador es un país que está considerando dentro del grupo de naciones del mundo en subdesarrollo por las características que presenta. Su economía se basa en el sector agroexportador y minero exportador con un naciente desarrollo del sector industrial cuya mayor producción está dirigida al mercado nacional. A lo largo de su historia el país ha venido asumiendo problemas estructurales que a largo plazo se volvieron inmanejables. Aspectos como la pobreza, migración, atención a la salud, vivienda, empleo, educación, elevadas tasa de interés, bajos niveles de productividad, altos gastos públicos, incremento paulatino de la deuda externa, entre otras.

Unido a todos estos temas que han impactado negativamente el desarrollo de la economía, se encuentra el de la inflación que en reiteradas

ocasiones ha provocado estancamientos en el desarrollo económico del país, obligando a tomar medidas para contener su ritmo de crecimiento, trayendo consigo huellas en el entorno económico.

Tabla 13

*Inflación anual del Ecuador periodo 2006 - 2014*

INFLACIÓN ANUAL	
Año	Inflación
2006	2,87
2007	3,32
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,70
2014	3,67
Octubre 2015	3,48

Tomado de Banco Central del Ecuador

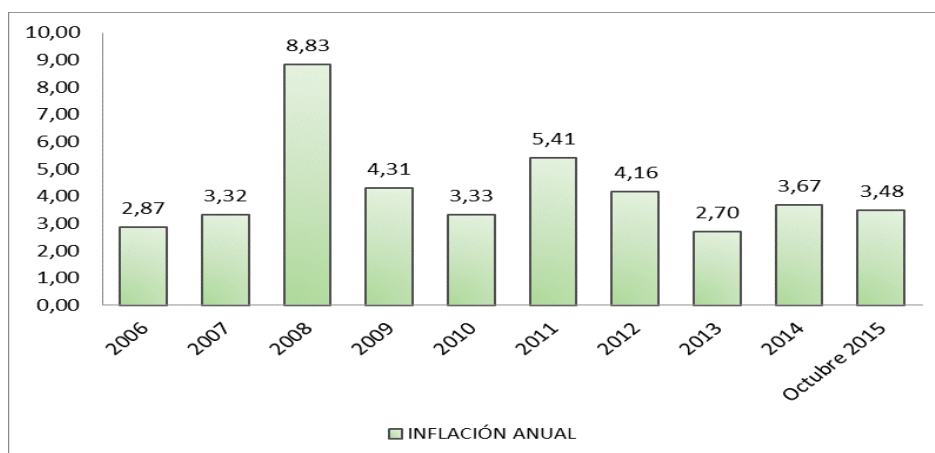


Figura 18. Inflación Anual del Ecuador Periodo 2006 - 2014

Tomado de Banco Central del Ecuador

## Producto Interno Bruto

Como se puede observar en los datos que se muestran a continuación, la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) ha tenido una tendencia oscilante durante el todo el periodo, existiendo etapas de ascenso y otras de descenso nunca siendo estas mayores a 3 años, siendo los picos más altos los años 2004, 2008 y 2011 con unas tasas de crecimiento de 8,21%, 6,39% y 7,87% respectivamente., mientras los

periodos de mayor descenso corresponde a los años 2003, 2007 y 2009 con tasa de 2,72% ,2,19% y 0,57% consecutivamente.

Sin embargo se ha de señalar que los ingresos del PIB en valores monetarios si se han mantenido con un crecimiento ascendente, ya aunque han disminuido las tasas de crecimiento de algunos años con respecto a otros estos descensos nunca han sido negativos.

Tabla 14

*PIB Ecuador periodo 2000-2015*

Año	PIB constante	Tasa variación
2000	37.726.410	0
2001	39.241.363	4,02
2002	40.848.994	4,1
2003	41.961.262	2,72
2004	45.406.710	8,21
2005	47.809.319	5,29
2006	49.914.615	4,4
2007	51.007.777	2,19
2008	54.250.408	6,36
2009	54.557.732	0,57
2010	56.481.055	3,53
2011	60.925.064	7,87
2012	64.105.563	5,22
2013	67.081.069	4,64
2014	69.631.545	3,8
2015	17.575.675	-74,76

Tomado de Banco Central del Ecuador

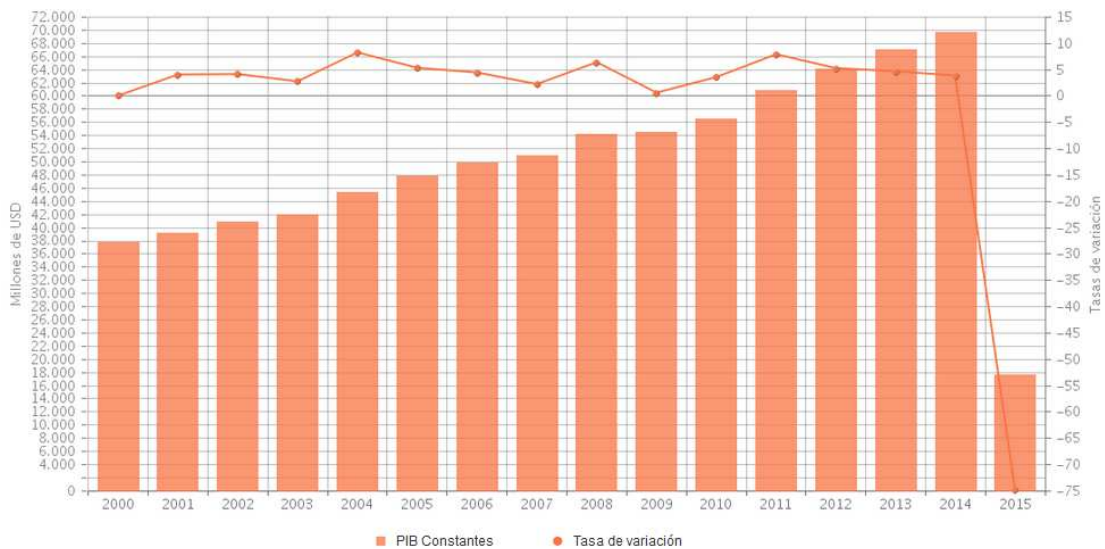


Figura 19. PIB Ecuador periodo 2003-2015  
Tomado de Banco Central del Ecuador

## Desempleo

Según el informe realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo sobre los indicadores laborales en Septiembre del 2015, un resumen de los resultados del mismo se muestra a continuación (INEC, 2015).

A nivel nacional, en septiembre de 2015 el empleo adecuado es el 46 % de la PEA; se observa una disminución estadísticamente significativa de 1,8 puntos porcentuales con respecto al 47,8% de septiembre de 2014 (INEC, 2015).

El empleo inadecuado nacional se encuentra en 49,20 %, en septiembre de 2015, a comparación del 48 % del mismo periodo del 2014; un incremento anual de 1,2 puntos porcentuales que no es estadísticamente significativo. Finalmente, la tasa de desempleo nacional, a septiembre de 2015, se ubica en 4,3%; la variación de 0,4 puntos respecto al 3,9% de 2014 es no significativa (INEC, 2015).

A nivel urbano, el empleo adecuado registra una reducción de 3,2 puntos porcentuales entre septiembre de 2014 y septiembre de 2015, mientras que el empleo inadecuado registra un incremento de 2,1 puntos porcentuales. En ambos casos las variaciones son estadísticamente significativas al 95% de confianza. La tasa de desempleo a nivel urbano es de 5,5%, tiene un incremento estadísticamente significativo de 0,8% con respecto a septiembre de 2014 (INEC, 2015).

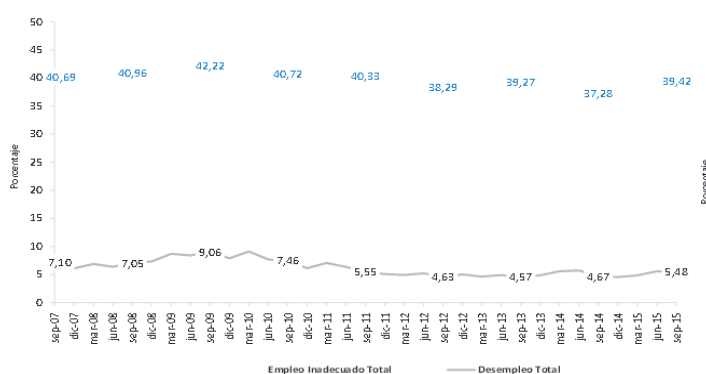


Figura 20. Tasa de Desocupación y de Empleo Inadecuado Tomado de Banco Central del Ecuador

### 3.2.3 Factores Tecnológicos

Ecuador se ubicó en la posición 108 en cuanto a la capacidad de desarrollar y aprovechar las TIC's, de acuerdo al Global Information Technology Report (GITR) 2010 - 2011 presentado por el Foro Económico Mundial, que cada año analiza y compara la capacidad tecnológica de 138 países. En esta lista, ningún país de América Latina se encuentra entre los primeros 25 del mundo, La posición de Ecuador ha mejorado en los últimos años llegando al lugar 82 en la actualidad.

El 28.3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 16.5 puntos más que en el 2010, en el área urbana el crecimiento de 20.3 puntos, mientras que la rural de 7.8 puntos.

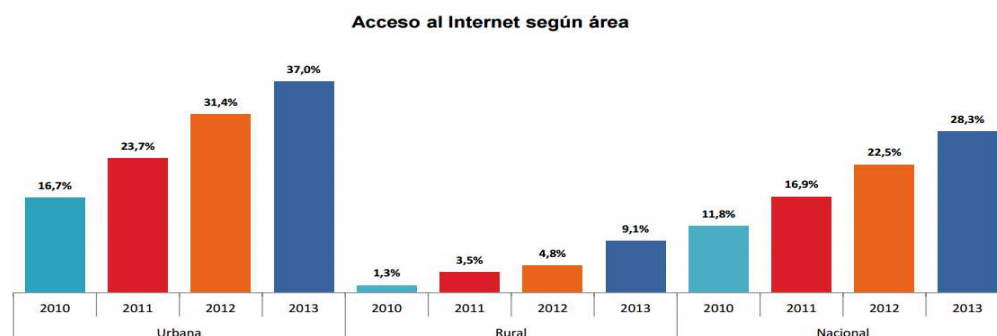


Figura 21. Acceso al internet según área  
Tomado de INEC

El grupo etario con mayor uso de teléfono celular activado es la población que se encuentra entre 25 y 34 años con el 76,6%, seguido de los de 35 a 44 años con el 76,0%.

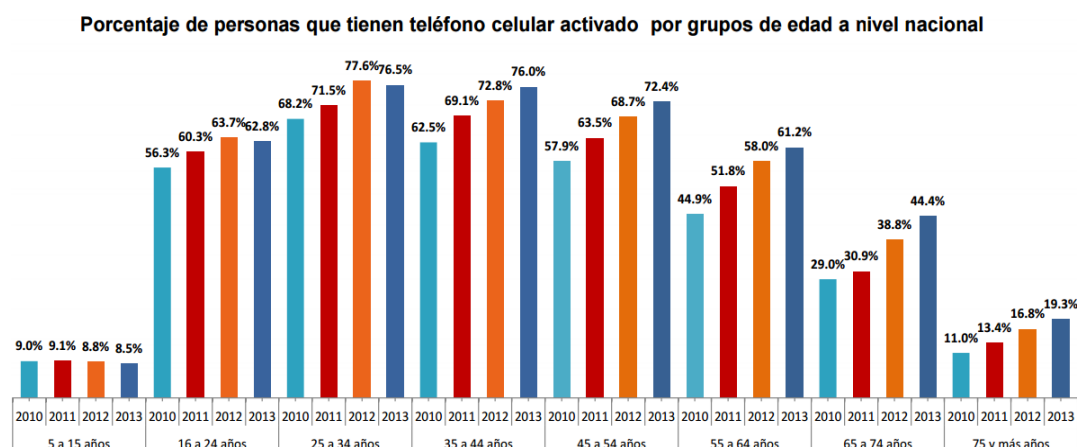
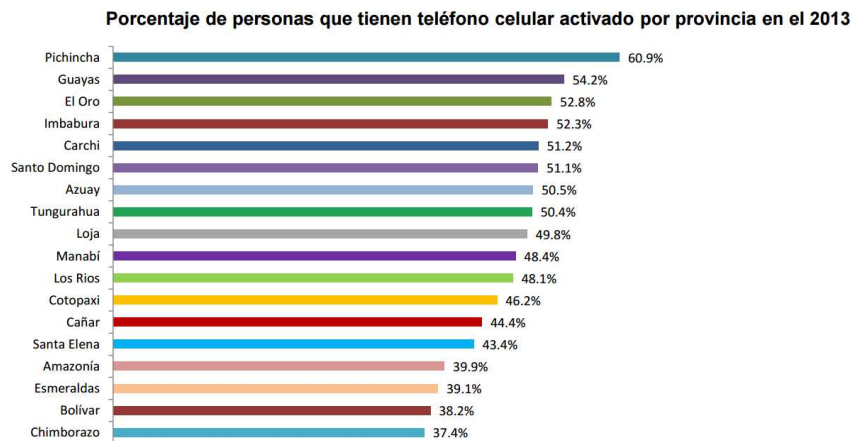


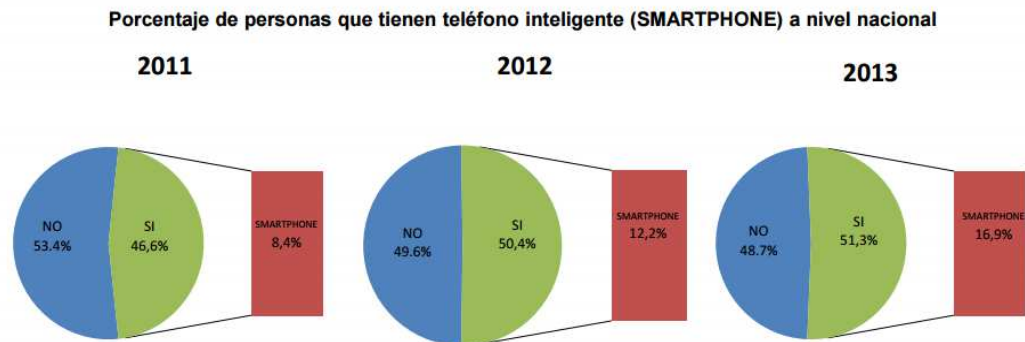
Figura 22. Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activo por grupos de edad a nivel nacional  
Tomado de INEC

La provincia con mayor número de personas que tiene un teléfono celular activado es Pichincha con el 60,9%, seguido de Guayas con el 54,2%, mientras que Chimborazo con el 37,4% es la de menor porcentaje.



*Figura 23.* Porcentaje de tienen teléfono celular activado por provincia 2013  
Tomado de INEC

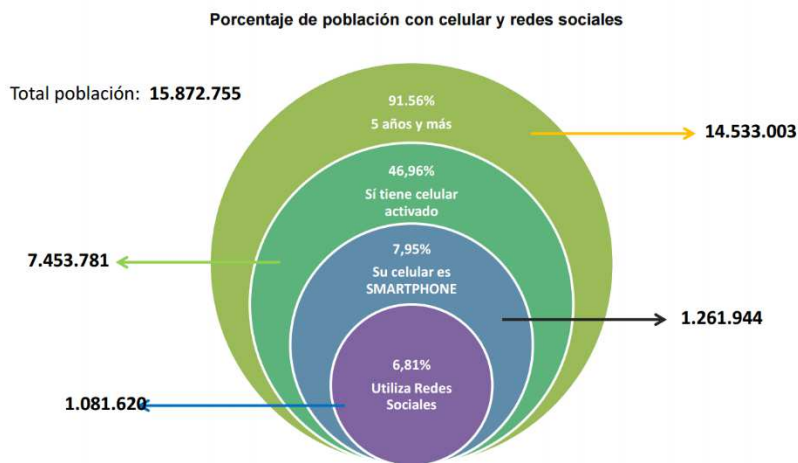
El 16,9% de las personas que posee un celular tiene un teléfono inteligente (SMARTPHONE), frente al 8,4% del 2011, es decir 8,5 puntos más.



*Figura 24.* Porcentaje de personas que tienen Smartphone a nivel nacional  
Tomado de INEC

Según algunas estadísticas del INEC con una población total de 15.872.755 millones de personas la cual el 46.96% de personas tienen al menos un celular activo en el país, 7.95% usan un smartphone o teléfono inteligente, 6.81% emplean sus teléfonos para acceder a redes sociales.





*Figura 25.* Porcentaje de población con celular y redes sociales  
Tomado de INEC

Acciones que muestran las claras intenciones del gobierno por mejorar el desarrollo tecnológico en el país.

### 3.2.4 Factores Sociales

Ecuador se diferencia por ser uno de los países donde la generación de patrimonios es uno de los más complicados de América Latina. Existen profundas diferencias en cuanto al ingreso, donde el 20% de la población más adinerada posee el 54.3% de la riqueza y el 91% de las tierras productivas. Por otro lado, el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4,2% de la riqueza y tiene en propiedad sólo el 0,1% de la tierra. (SIISE, 2001).

Uno de los aspectos que caracterizan a la sociedad ecuatoriana es la desigualdad social, y no solo en el ámbito social si no también regional y de género.

Sin embargo, en los últimos años se han comenzado un grupo de medidas paliativas orientadas a que los hombres y las mujeres tengan una participación más igualitaria, acciones que se hallan respaldadas por la

constitución del país, pero que hasta la fecha carecía de medidas reales para su aplicación. De este modo, el Gobierno ecuatoriano se ha trazado como objetivo desterrar la desigualdad en el país, para el cual ha alcanzado importantes avances en sus niveles de desarrollo social en las últimas décadas. El crecimiento ha sido inclusivo, con un efecto directo en la reducción de los niveles de pobreza y desigualdad, y en el crecimiento de la clase media. Entre 2006 y 2014, la pobreza medida por ingresos (usando la línea de pobreza nacional) disminuyó del 37,6% al 22,5%, mientras que la pobreza extrema se redujo desde el 16,9% hasta el 7,7% (Banco Mundial, 2015).

Además, la reducción de la desigualdad ha sido más rápida que en la media de la región: el coeficiente de Gini se redujo de 54 a 46,7 entre 2006 y 2014, gracias a que el crecimiento benefició más a los más pobres. Entre 2000 y 2011 el crecimiento más pronunciado del ingreso se produjo en los dos quintiles más pobres: los ingresos del 40% más pobre de la población crecieron un 8,8%, comparado con el 5,8% promedio del país (Banco Mundial, 2015).

Alguno de estos datos de progreso social que ha manifestado Ecuador en los últimos años se pueden observar en las siguientes estadísticas desarrolladas por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.

Tabla 15

*Tasa de Analfabetismo*

Año	2000	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nacional	8.6	8.7	10	9.3	8.6	8.6	7.9	7.6	7.8	8.1	8.4	7.9	6.7	5.8
Urbano	4.2	4.3	5.2	5.1	4.4	4.5	4	4	4.1	4.3	3.8	3.8	3.9	3.8
Rural	17.4	17.5	20.2	18.5	17.7	17.5	16.3	15.3	15.5	16.2	17.9	16.5	12.9	10.3

Tomado de Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2014

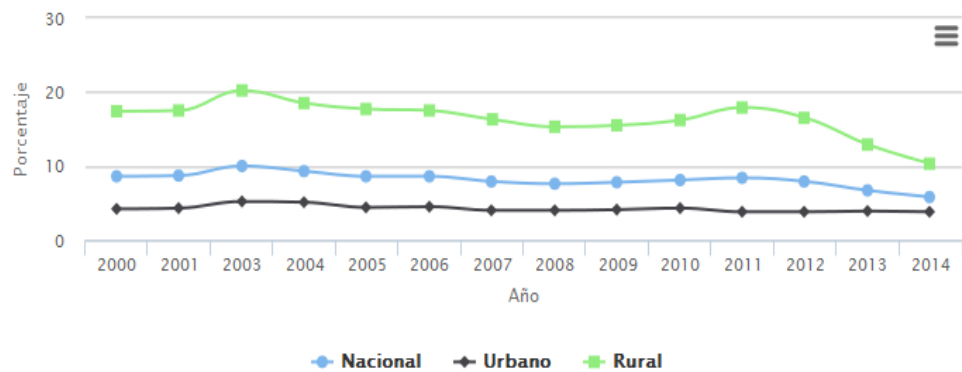


Figura 26. Tasa de Analfabetismo  
Tomado de Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2014

Tabla 16

*Pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas*

Año	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Nacional	51.6	47	44.9	41.8	39.4	36.8	38.7	35.4
Urbano	35.1	31.5	29.9	26.4	22.1	19.5	25.7	24.8
Rural	84.3	77.4	74.6	72.2	73.7	70.8	65.7	57.8

Tomado de Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2014

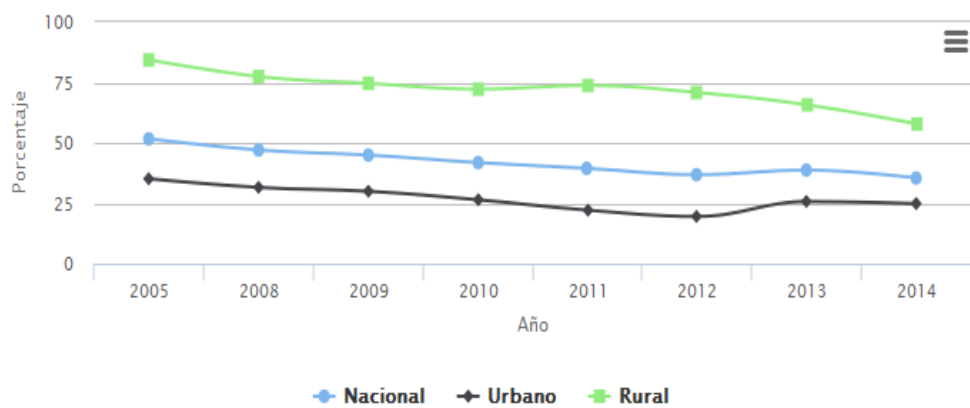


Figura 27. Pobreza por necesidades básicas insatisfechas  
Tomado de Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2014

### **3.2.5 Factores Ambientales**

El Ecuador, cuyo territorio forma parte de varios de los ecosistemas más importantes del planeta y cuya población afronta los problemas propios de los países en vías de desarrollo, se ha visto afectado por los problemas ambientales mundiales y ha estado inmerso, desde su perspectiva, en parte de los procesos que los han generado. Sin embargo, al interior del país, son muchas las particularidades que han ido configurando los estilos de desarrollo a lo largo del tiempo y el perfil ambiental del Ecuador de nuestros días (Bermeo, 2013).

Esta compleja problemática tiene su origen, fundamentalmente, en la falta de sostenibilidad de los modelos de desarrollo que a lo largo del tiempo se han impuesto en el Ecuador y que han sido los generadores de estructuras de pobreza y deterioro ambiental. A esta causa de carácter estructural, se agregan otros factores restrictivos como son: la falta de cumplimiento de las leyes y regulaciones existentes y de un marco legal, al más alto nivel, que oriente y regule la gestión ambiental; la debilidad institucional de las entidades encargadas de las funciones de regulación, control, apoyo y seguimiento (Bermeo, 2013).

No obstante dentro del indicador de Índice verde Urbano apenas 10 municipios de los 221 en Ecuador cumplen con la recomendación internacional del Índice Verde Urbano, información que presentó el Instituto Nacional de Estadística y Censos. A partir de la cartografía digital del Censo de Población y Vivienda 2010, se realizó el cálculo del total de áreas verdes en m<sup>2</sup>, considerando como superficie de área verde, los parques y plazas (INEC, 2010).

La Organización Mundial de la Salud recomienda un parámetro internacional, para todas las urbes, de 9 metros cuadrados por cada habitante. En el caso de Ecuador, existen 4,69 metros cuadrados de

espacios verdes por persona, esto quiere decir que existe un déficit por habitantes de 4,31 metros cuadrados (INEC, 2010).

Solo existen 10 municipalidades del Ecuador que cumplen con esta recomendación internacional: En relación a su población, la provincia de Pichincha es la única provincia que cumple con la recomendación de la OMS ya que posee 18,85 m<sup>2</sup> de áreas verdes por habitante, mientras que Los Ríos presenta el menor índice verde urbano provincial con 0,52 m<sup>2</sup>/hab (INEC, 2010).

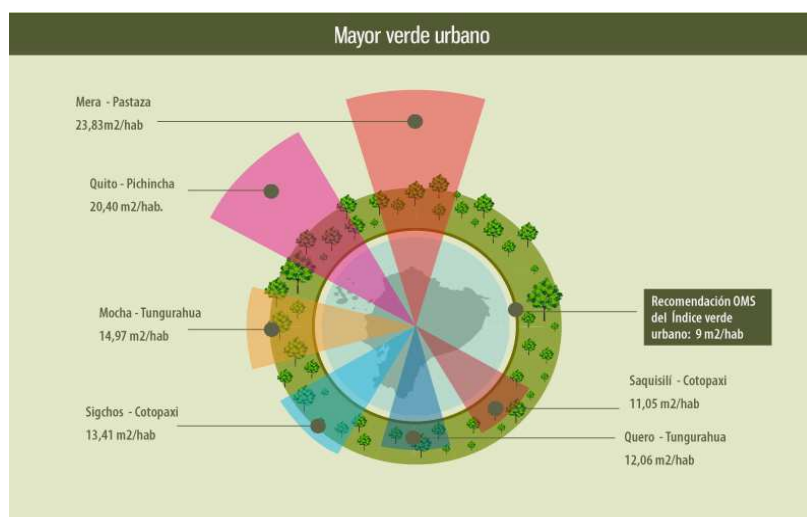


Figura 28. Ciudades de Mayor Verde Urbano de Ecuador  
Tomado de INEC, 2010

A continuación se muestra una comparación de dicho indicador con otras ciudades de América Latina.



Figura 29. Ciudades de Mayor y Menor Verde Urbano en América Latina Tomado de INEC, 2010

### 3.3 Oferta de Mercado y Demanda de Mercado

Para poder analizar la oferta y demanda de mercado existente en Bucay se realizaron varias visitas de campo al cantón y a su vez se utilizó el catastro turístico e información adicional proporcionada por la Coordinadora de Turismo.

#### 3.3.1 Oferta de Mercado

Se realizó un levantamiento de datos sobre la oferta gastronómica y la oportunidad de la creación del restaurante en forma de vagón de ferrocarril, la oferta hotelera y los principales atractivos que posee el cantón, que generan un mayor índice de visitas por parte de los turistas.

#### 3.3.2 Oferta Gastronómica

El cantón Bucay cuenta con 25 puestos de comida de los cuales su gran mayoría ofrece solo almuerzos, cuatro locales presentan la opción de

platos típicos de la zona como: yapingacho, yaguarlocro, fritada y caldo de gallina criolla.

La mayoría de locales ubicados en la zona urbana no cumplen con los requisitos mínimos que un restaurante debe ofrecer, lo cual genera una oportunidad para el proyecto que se desea llevar a cabo.

El restaurante, El vagón de Bucay ve una oportunidad en utilizar los productos agrícolas que se cultivan en la zona, para la elaboración del menú, sumado a los platos tradicionales que se ofrecen en el cantón presentados al cliente de una forma diferente.

Tabla 17

*Principales productos agrícolas del cantón Bucay*

<b>Principales productos agrícolas del cantón Bucay</b>	
<b>Permanentes</b>	<b>Transitorios</b>
Banano	Arroz
Cacao	Frejol
Café	Maní
Caña de azúcar	Yuca
Maracuyá	
Naranja	
Piña	
Orito	
Palmito	
Pimienta negra	
Plátano	
Mandarina	

Fuente: Sistema Nacional de Información 2012

### 3.3.3 Oferta Hotelera

Dentro del servicio hotelero, Bucay entre la zona urbana y rural cuenta principalmente con 4 hosterías y 7 hostales así como la hacienda mundo San Rafael que también brinda la opción de hospedaje para los turistas.

Las hosterías como Casa de piedra, Paraíso de buen vivir, D' Franco, El progreso y la hacienda mundo San Rafael brindan actividades complementarias al servicio de hospedaje.

### 3.3.4 Inventario de Atractivos Turísticos del cantón Bucay

El cantón Bucay posee destinos que son los principales generadores de ingresos a la zona al ser los más visitados por los turistas del sector nacional como extranjero, por ello son considerados los principales atractivos de la zona.

Tabla 18

*Atractivos Turísticos*

<b>ATRATIVOS TURISTICOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>Bosque Húmedo de La Esperanza</b>	Observación de aves, trekking
<b>Comunidad Shuar</b>	Cultural conocer la danza , gastronomía y artesanías elaboradas con caña guadua, concha de río, semillas de cumbia y otros implementos que obtienen de la naturaleza
<b>Mirador de la Virgen del Carmen</b>	Turismo religioso, creado el 6 de enero del 2011, considerado como la guardiana de Bucay.
<b>Mundo San Rafael</b>	Finca privada donde se realizan actividades de canopyng, paseos a caballos, escalada, paintball, toro mecánico, caminatas a las cascadas, visita al Bosque húmedo tropical occidental donde se conservan flora y fauna.
<b>Cascadas Piedra Blanca</b>	Rapel en cascada, trekking, ciclismo y cabalgatas, senderismo, observación flora y fauna

Tomado de Departamento de Turismo. G.A.D General Antonio Elizalde



### **3.4 Demanda de Mercado**

En el 2012 alrededor de 37.000 personas llegaron a Bucay, Cumandá y sus alrededores, según datos estadísticos que posee la oficina de turismo de Bucay el 99% de visitas realizadas al cantón corresponden a turistas Ecuatorianos, los habitantes guayaquileños representan el 24% de visitantes que acuden al cantón siendo el porcentaje más alto de afluencias.

El turismo internacional está representado por personas de diferentes países principalmente de España, Estados Unidos, Argentina y América del sur y en menor porcentaje los de habitantes de Reino Unido, Italia, Alemania y Holanda.

El perfil de las personas que visitan esta zona está catalogado como joven adulto, ya que un 60% de visitas corresponden a personas entre 20 y 40 años, 21% lo representan personas de 41 a 50 años y el 19% sobrante personas mayores de 51 años.

Cabe recalcar que existen 2 motivos por los cuales las personas se trasladan al cantón Bucay el 50% lo realiza por negocios mientras que el 48% lo hace por ocio y el 2% adicional por otros motivos, lo cual sigue siendo favorable para el restaurante ya que las personas podrán reunirse para concretar un negocio o por motivos turísticos.

## Capítulo 4

### Estudio Organizacional

#### 4.1 Razón Social

El vagón de Bucay S.A, será la razón social así como el nombre comercial del restaurante.

#### 4.2 Objeto Social

La sociedad tendrá como objetivo

- Construcción, administración y promoción del restaurante.
- Preparación, producción, venta, transformación y conservación de alimentos y bebidas.

#### 4.3 Logo



Figura 30. Logo del restaurante El vagón de Bucay

#### 4.4 Slogan

*“Una historia llena de sabor y tradición”*

#### 4.5 Misión

Brindar un servicio de calidad para los clientes proporcionando así una experiencia inolvidable, acompañado de una gestión ecológicamente responsable y personal altamente calificado.

## **4.6 Visión**

Ser líder y referente gastronómico en el cantón Bucay posesionándose como uno de los mejores restaurantes a nivel nacional.

## **4.7 Valores**

Todo el personal del restaurante tendrá en cuenta los valores fundamentales de la empresa.

- Trabajo en equipo
- Respeto
- Compromiso
- Calidez
- Honestidad

## **4.8 Foda**

A través de las siglas FODA se analizara cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que el restaurante El vagón de Bucay tendría al momento de su puesta en marcha, lo cual permitirá sacar provecho de los puntos positivos y neutralizar o eliminar algún efecto negativo.

### **4.8.1 Fortalezas**

- El vagón de Bucay estará ubicado al inicio cerca de la parte central del cantón.
- El restaurante será administrado por profesionales del área hotelera y turística.
- El cantón cuenta con demanda nacional e internacional.
- El restaurante realizara el manejo de prácticas ambientales.

- El personal será capacitado para poder brindar un servicio de alta calidad.
- El vagón de Bucay se enfoca en la innovación de los platos a ofrecer utilizando productos que se cultivan en la zona.
- La infraestructura del restaurante es única y no existe en el Ecuador.
- Bucay tiene una ubicación privilegiada ya que se encuentra entre cinco provincias y tiene 3 vías de acceso principales.
- Bucay es un cantón que cuenta con atractivos naturales y es un lugar donde se puede realizar deportes extremos.

#### **4.8.2 Oportunidades**

- Incremento del interés internacional por el turismo rural y de aventura, incrementándose así la afluencia de turistas al Cantón Bucay.
- Apoyo gubernamental a las iniciativas empresariales relacionadas con el turismo, por medio de la Corporación Financiera Nacional
- La alcaldía en conjunto con la Coordinadora de turismo y la prefectura del Guayas están interesados en promover e incrementar el número de visitas al cantón, están dispuestos a dar su total respaldo a proyectos innovadores.
  - Usar redes sociales para promocionar el restaurante.
  - Ingreso de turistas nacionales como extranjeros al cantón por uso del servicio que ofrece la empresa Ferrocarriles del Ecuador.
- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores.

### 4.8.3 Debilidades

- Nuevos en el mercado.
- Poca experiencia en el sector gastronómico.

### 4.8.4 Amenazas

- Incremento del número de empresas en competencia en el sector.
- Aumento del Índice de Precios al Consumidor (IPC) debido a la inflación.

## 4.9 Organigrama

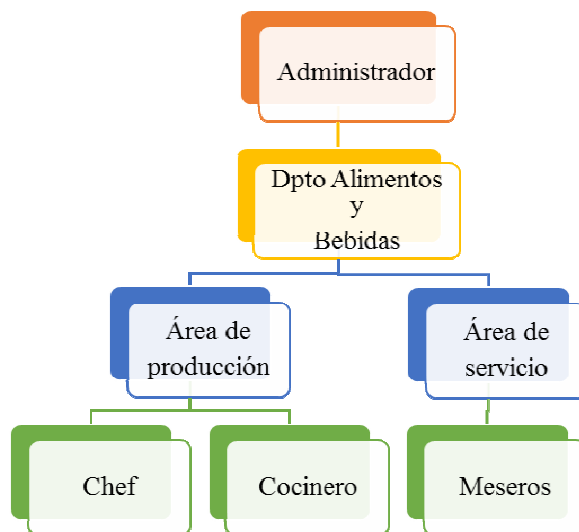


Figura 31. Estructura Organizacional de El vagón de Bucay S.A

#### **4.10 Mercado Objetivo**

El Vagón de Bucay estará dirigido a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, así como turistas extranjeros y nacionales que arriben al cantón, se tomó en cuenta a estos mercados gracias a las encuestas realizadas donde se obtuvo una respuesta positiva a la propuesta presentada.

El mercado objetivo estará orientado a las personas de todas las edades, de cualquier tipo de género que deseen visitar el cantón y deleitar su paladar con los platos que ofrece El vagón de Bucay, elaborados a base de sus cultivos principales y platos más reconocidos de la zona acompañados de un ambiente e infraestructura inspirados en el ferrocarril.

## Capítulo 5

### Estudio Técnico

#### 5.1 Localización del Proyecto

##### 5.1.1 Macro Localización

El restaurante, El vagón de Bucay estará ubicado en la provincia del Guayas, en el cantón Bucay, en la zona urbana.



Figura 32. Macro localización

Fuente: Google Maps

##### 5.1.2 Micro Localización

El espacio seleccionado para la construcción del restaurante está ubicado entre las calles Riobamba y Av. García Moreno, a pocos metros del centro del cantón.



Figura 33. Micro localización

Fuente: Google Maps

## 5.2 Distribución Física del Espacio

El restaurante se va a llevar a cabo en un terreno de 300 metros cuadrados, los cuales serán divididos para el estacionamiento y el vagón. El vagón en forma de ferrocarril tendrá una medida de 3.5 metros de ancho por 21,35 metros de largo. Contará con un espacio para el área de producción que estará conformado por la cocina y la bodega en la cual se hará la recepción así como el almacenamiento de los productos.

El comedor estará conformado por 8 mesas de las cuales 4 mesas son para 4 personas y las cuatro restantes son para 2 dando una capacidad al restaurante para atender un máximo de 24 personas. Por simular la estructura de un vagón el espacio físico es realmente limitado por lo cual se realizara dos baños en el local uno para hombres y el otro de mujeres.

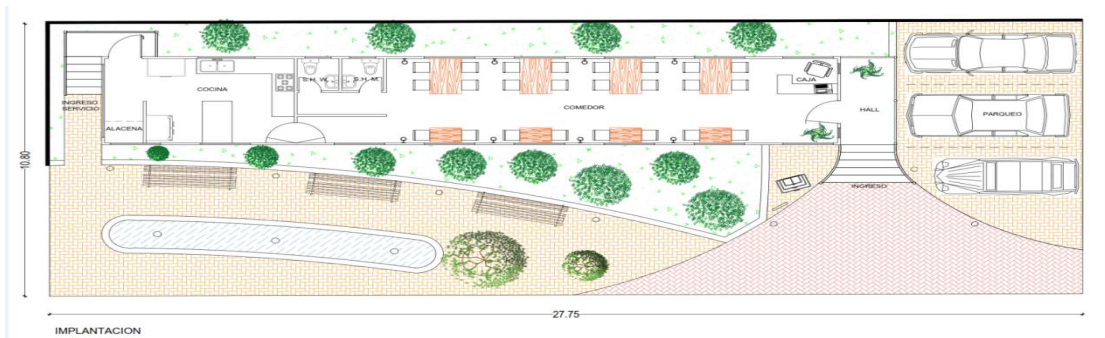


Figura 34. Vista general del Restaurante

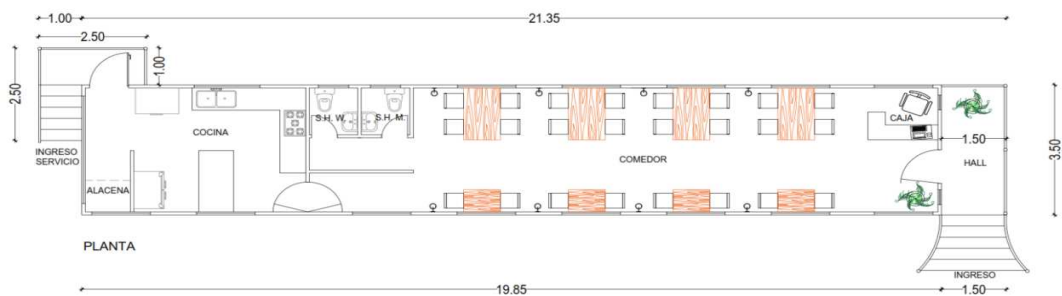


Figura 35. Distribución del espacio del restaurante



### 5.3 Horario de Funcionamiento

El restaurante funcionara de martes a domingo de 09:00 am a 13:00 pm y 14:00 pm a 18:00 pm los días lunes serán dedicados a realizar mantenimientos preventivos al local.

### 5.4 Infraestructura Necesaria

Para La construcción del restaurante se necesitaron los siguientes materiales:

Tabla 19

*Presupuesto de infraestructura restaurante*

INFRAESTRUCTURA				
	RUBRO	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Varillas	100	0.92	92
2	Puertas para baños	2	100	200
3	Brakers	1	150	150
4	Juego de inodoros y lavamanos	2	130	260
5	Ventanas de aluminio y vidrio	11	100	1100
6	Desague sanitario	2	50	100
7	Tuberías	9	38	342
8	Bloques	150	0.32	48
9	Puertas de entrada y salida	4	300	1200
10	Láminas de Madera	100	3.85	385
11	Adoquines	70	9.50	665
12	Pingos de eucalipto	50	0.95	47.50
13	Clavos	2 cajas	15	30
14	Cemento	15	7.08	106.20
	<b>TOTAL</b>			<b>\$4725.7</b>

## **5.5 Productos a ofrecer**

### Alimentos

- Fritada con salsa agridulce
- Yapingacho Invertido
- Lomo de cerdo en salsa de piña
- Medallones de pollo en salsa de maracuyá

### Postres

- Volteado de piña
- Tartaleta de naranja con crema de naranja
- Cake de guineo con glaseado de cacao
- Mousse de maracuyá

### Bebidas

- Guarapo de Caña de Azúcar
- Jugos Naturales (Piña, naranja, mandarina y maracuyá)
- Agua Mineral y sin gas
- Te
- Cola

## **5.6 Control de Calidad**

El control de calidad es uno de los factores que se pueden medir tanto en producto como en servicio los cuales deben garantizar la calidad de los alimentos para satisfacer las necesidades del cliente o consumidor. En cuanto al área de restauración es primordial la manipulación de los alimentos que debe ser controlada al momento de realizar la compra luego su almacenamiento y por último hasta su consumo.

La ISO 9001 gestión de la calidad esta norma consigue estandarizar la gestión de los procesos sobre los servicios que se ofrecen, consiguiendo un mayor control sobre ellos. Permite implantar el círculo de la mejora continua dentro de la empresa y a cumplir con la legislación vigente (Díaz & León, 2014, p. 258).

La implementación de un sistema de gestión de calidad alimentaria ISO 22001 implica controlar posibles riesgos a lo largo de la cadena de producción minimizando errores y riesgos asegurando la calidad final (Díaz & León, 2014, p. 259).

## **5.7 Procedimientos**

A continuación se listaran un grupo de procedimientos que contribuirán con la calidad del servicio a ofrecer en el restaurante.

### **Llegada del Cliente**

- El administrador dará la bienvenida al cliente y lo guiara hacia la mesa.
- Le será asignando un mesero que será el encargado de brindarle el servicio.

El mesero deberá:

- Entregar la carta.
- Repetir la orden al cliente para verificar que los datos tomados sean los correctos.
- Retirar la carta.
- Traer la orden completa al cliente en 15 minutos como máximo.
- Acercarse a la mesa para verificar que todo este correcto y preguntarle al cliente si se lo puede ayudar en algo más.

### **Salida del Cliente**

- Se retirara los platos de la mesa.
- Se llevara la cuenta a la mesa dentro de la porta cuentas.

- El administrador los acompañara hasta la puerta para despedirlos y agradecerles por su visita.

### **Personal del Restaurante**

- Las mujeres deben de traer el cabello limpio y recogido.
- Los hombres deben traer el cabello corto, limpio, peinado, sin bigote.
- No usar exceso de maquillaje y/o perfume.
- No usar collares, pulseras, anillos, esclavas, aretes en la cocina
- No usar piercing o perforaciones de cualquier tipo.

### **Iniciativa Medioambiental**

El restaurante El vagón de Bucay, se compromete con la sostenibilidad y el cuidado del ambiente aplicando la iniciativa de manejo de desechos que consiste en separarlos según su procedencia: cartón o papel, vidrio y desechos orgánicos.

## **5.8 Permisos**

### **5.8.1 Permiso Ambiental**

Se deberá ingresar a la página [www.ambiental.gob.ec](http://www.ambiental.gob.ec) y seleccionar la opción de sistema único de información ambiental, en el área de servicios, se escogerá la alternativa de regularización ambiental y categorización ambiental.

Luego se podrá ingresar toda la información de la propuesta, vía internet se recibirá la contraseña del ministerio para poder cargar la información referente al proyecto.

## **5.8.2 Cuerpo de Bomberos**

Se deberá obtener un documento donde el cuerpo de bomberos autorice la puesta en marcha del negocio.

Se debe presentar:

- Copia de certificado de uso de suelo
- Copia de cedula
- Copia de Ruc
- Copia de factura de un extintor de 10 libras

(Cuerpo de Bomberos del cantón Bucay)

## **5.8.3 Permiso de Uso de Suelo**

Documento el cual indica si la actividad que se desea realizar es permisible y manifestara las condiciones adicionales que deberá cumplir el negocio.

Se debe presentar:

- Carpeta membretada de la municipalidad
- Especie valorada
- Tasa administrativa
- Certificado de no adeudar al municipio
- Copia de pago del impuesto actualizado
- Copia de cedula y papeleta de votación

(Municipalidad del cantón Bucay)

#### **5.8.4 Patente Municipal**

Los requisitos para los trámites que se están realizando por primera vez deben:

- Obtener el certificado de uso de suelo otorgado por la dirección de planificación
- Tasa única de trámite
- Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos
- Copia del código municipal del local
- Copia del pago de impuesto predial si es dueño , si es inquilino contrato de arrendamiento

(Municipalidad del cantón Bucay)

## Capítulo 6

### Plan de Marketing

#### 6.1 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado se realiza a través de criterios.

Tabla 20

*Segmentación del mercado*

<b>Demográfica</b>	<b>Edad</b>	Todas las edades
	<b>Sexo</b>	Masculino y Femenino
<b>Geográfica</b>	<b>Sector</b>	Guayaquil, turistas que arriben al cantón nacionales o extranjeros
<b>Psicográfica</b>	<b>Perfil</b>	Personas que gusten de la gastronomía

#### 6.2 Estrategias de Posicionamiento

El vagón de Bucay se posicionará como un producto diferenciado con ideas innovadoras a través de 2 aspectos:

#### 6.3 Infraestructura

El restaurante busca captar la atención con su infraestructura novedosa que no existe en ninguna parte del Ecuador, retomando la estructura de un vagón de ferrocarril acondicionado y ambientado para dar el servicio de restauración.

#### 6.4 Producto

Se busca introducir platos utilizando de ingredientes los principales productos que se cultivan en la zona, la cual genera una nueva presentación para los platos tradicionales del cantón.

## 6.5 Estrategias de Marketing

### 6.5.1 Marketing Mix

#### Producto

El restaurant está orientado la venta de platos cuyos ingredientes principales son los cultivos que se producen en Bucay.

#### Desayunos

- Caldo de Salchicha

Tradicional caldo de salchicha, exquisito para su paladar



*Figura 36.* Caldo de salchicha. Tomado de restaurante “**Aquí es Llulán**”  
Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/31/nota/3298361/caldo-salchicha-tradicion-guayaquilena-70-anos>

- Humitas

A base de choclo tierno con relleno de queso.



*Figura 37.* Humitas. Tomado de restaurante “**La olla 2**”  
Recuperado de [http://www.amarillasinternet.com/ec/quito/cecina\\_tamales\\_quimbolitos\\_humitas/la\\_olla\\_2.html](http://www.amarillasinternet.com/ec/quito/cecina_tamales_quimbolitos_humitas/la_olla_2.html)



- Tigrillo

Delicioso majado de verde con queso y chicharrón.



*Figura 38.* Tigrillo. Tomado de restaurante “El rey del tigrillo”  
Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/03/17/nota/2383866/tigrillo-guayaquil-tiene-su-propio-sello-es-apetecido>

## Platos de la casa

- Fritada en jugo de naranja

Una rica fritada tradicional con un sabor diferente a naranja servida con salsa, aguacate, ají y papa.



*Figura 39.* Fritada en jugo de naranja. Tomado de restaurante el buen sabor  
Recuperado de [http://www.amarillasinternet.com/ec/guayaquil/restaurante\\_fritada\\_comedor\\_comida\\_rapida/fritada\\_el\\_buen\\_sabor.html](http://www.amarillasinternet.com/ec/guayaquil/restaurante_fritada_comedor_comida_rapida/fritada_el_buen_sabor.html)

- Yapingacho invertido

Sabroso yapingacho en forma de hamburguesa con tocino servido con salsa de maní y ají.



*Figura 40.* Yapingacho invertido. Tomado de restaurante “Tenedor de oro”. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/28/nota/3158061/sabor-tipico-que-encanta>

- Lomo de cerdo en salsa de piña

Delicioso lomo de cerdo servido en salsa de piña con arroz en una base innovadora.



*Figura 41.* Lomo de cerdo. Tomado de restaurante “El chelín”. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/28/nota/3158061/sabor-tipico-que-encanta>

- Medallones de pollo en salsa de maracuyá y jengibre.

Exquisitos medallones de pollo relleno de tocino y queso servidos en salsa de maracuyá y arroz colorado y trocitos de pimiento rojo y verde.



*Figura 42.* Medallones de pollo. Tomado de restaurante “Cantones Internacional”. Recuperado de <http://www.cantonesinternacional.com/promociones.php>

## Postres

Deliciosos postres elaborados a base de los productos que se cultivan en la zona con la piña, naranja, cacao y maracuyá.

- Volteado de piña
- Tartaleta de naranja
- Cake de guineo con glaseado de cacao
- Mousse de maracuyá



*Figura 43.* Postres. Tomado de “Café de la Vaca”. Recuperado de [https://www.tripadvisor.co/Restaurant\\_Review-g294308-d2031946-Reviews-Cafe\\_de\\_la\\_Vaca-Quito\\_Pichincha\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Restaurant_Review-g294308-d2031946-Reviews-Cafe_de_la_Vaca-Quito_Pichincha_Province.html)

## Bebidas

- Guarapo

Tradicional Guarapo costeño hecho de caña de azúcar

- Jugos naturales: naranja, mandarina , piña y maracuyá
- Gaseosas: coca cola, fanta, sprite
- Agua mineral y sin gas
- Te



*Figura 44.* Guarapo. Tomado de restaurante “Corvel”. Recuperado de [http://www.buenapetitopr.com/paginas/recetas/bebidas/guarapo\\_cana.php](http://www.buenapetitopr.com/paginas/recetas/bebidas/guarapo_cana.php)

## Precio

Al momento de fijar el precio para los platos del restaurante se determinó elementos importantes como el costo de materia y el mercado objetivo que son los habitantes de la ciudad de Guayaquil y los turistas nacionales e internacionales que llegan al cantón. Los productos tienen un precio ideal y están dentro del rango de precios que las personas están dispuestas a pagar entre los \$10 y \$20, este rango de precios se lo obtuvo como resultado de las encuestas realizadas.

Tabla 21

*Precio de Productos*

<b>Producto</b>	<b>Precio</b>
<b>Desayunos</b>	
Caldo de salchicha	\$ 5.25
Humita	\$ 2.50
Tigrillo	\$ 3.75
<b>Platos de la casa</b>	
Fritada en jugo de naranja	\$ 6.50
Yapingacho invertido	\$5.25
Lomo de cerdo en salsa de piña	\$6.50
Medallones de pollo en salsa de maracuyá y jengibre	\$6.00
Volteado de piña	\$2.00
Tartaleta de naranja	\$2.00
Cake de guineo con glaseado de cacao	\$2.50
Mousse de maracuyá	\$2.00
<b>Bebidas</b>	
Guarapo	\$1.00
Jugos naturales	\$2.50
Gaseosas	\$2.00
Agua mineral y sin gas	\$1.00
Te	\$2.00

## **Plaza**

El restaurante por su diseño es un sitio único y perfecto, te invita a pasar una gran experiencia en un ambiente ferroviario saboreando los exquisitos platos que te ofrece este cantón, de tal manera que no se entregara servicio a domicilio porque perdería la esencia del restaurante que es ofrecer a cada uno de sus clientes un momento agradable con un sabor inolvidable y un toque especial en cada presentación.

De tal manera que la única forma de canal de distribución del servicio a ofrecer es la visita al restaurante donde los platos serán elaborados al instante que el cliente realice su orden.

## **Promoción**

Dado que en la actualidad la mayor publicidad se genera a través de los medios sociales el restaurante se enfocara principalmente en cuentas de Instagram, Facebook y twitter para promocionar sus servicios basados en la gastronomía tradicional que se produce en la zona, este tipo de publicidad es de bajo costo.

El servicio que se brinde a los clientes será otra estrategia de promoción del restaurante, ya que no hay mejor publicidad la que es generada de boca a boca por el buen trato y la excelencia e innovación del servicio.

Se complementara la promoción mensual del restaurante a través de medios publicitarios como: Diario El Universo, durante su primer año de funcionamiento además de eso se crearan vallas publicitarias y la página web del restaurante promocionando la infraestructura y los platos a ofrecer.

## 6.6 Presupuesto de Marketing

Para poder realizar el presupuesto de marketing se tomó en consideración todos los medios de promoción que usara el restaurante como son los medios digitales y medios tradicionales.

Las redes sociales no tienen ningún costo de mantenimiento, el restaurante tendrá una página web con actualización mensual, también contara con vallas publicitarias, televisión abierta y el costo de Diario El Universo que dependerá de la sección de página, tamaño de la publicidad y de los días que aparecerá el anuncio en el diario.

Tabla 22

### *Presupuesto de Marketing*

Publicidad	Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Medios Digitales	Facebook	\$ 0	\$ 0
	Twitter	\$ 0	\$ 0
	Instagram	\$ 0	\$ 0
	Pagina Web	\$ 400	\$ 4800
Medios tradicionales	Valla publicitaria	\$ 120	\$ 1440
	Televisión Abierta	\$ 250	\$ 3000
	Diario El Universo	\$ 494	\$ 5928
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1246</b>	<b>\$ 15.168</b>

## Capítulo 7

### Estudio Financiero

Tabla 23

Inversión Inicial

ACTIVO CORRIENTES				
Caja	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Sueldos	2	\$ 3.316,70	\$ 6.633,40	
Improvistos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
<b>TOTAL CAJA</b>			<b>\$ 7.633,40</b>	
Menajes y Suministros varios	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
copas de agua	30	\$ 6,00	\$ 180,00	
Cubiertos	30	\$ 12,00	\$ 360,00	
Vasos para bebidas	70	\$ 2,50	\$ 175,00	
Platos tendidos	30	\$ 4,20	\$ 126,00	
Platos ondos	30	\$ 3,10	\$ 93,00	
Platos pequeños	30	\$ 1,80	\$ 54,00	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 988,00</b>	
Otros suministros	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Tachos de basura	7	\$ 10,00	\$ 70,00	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 70,00</b>	
<b>TOTAL DE MENAJES Y SUMINISTROS VARIOS</b>			<b>\$ 1.058,00</b>	
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>			<b>\$ 8.691,40</b>	

ACTIVOS PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO				
Terreno	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Terreno m2	300	\$ 72,00	\$ 21.600,00	
<b>TOTAL TERRENO</b>			<b>\$ 21.600,00</b>	
Edificio	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Edificación del restaurante	1	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	
Decoración del restaurante	1	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	
<b>TOTAL EDIFICIO</b>			<b>\$ 77.000,00</b>	
Equipos de computación	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Computadoras	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Impresoras	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Caja registradora	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Regulador de voltaje	1	\$ 49,00	\$ 49,00	
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACION</b>			<b>\$ 849,00</b>	
Muebles de oficina	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total	
Escritorio	2	\$ 100,00	\$ 200,00	
Archivadores	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
Sillas ejecutivas	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 300,00</b>	



<b>Muebles y enseres de salón</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Juego de comedor (4sillas)	4	\$ 350,00	\$ 1.400,00
Juego de comedor (2 sillas)	4	\$ 150,00	\$ 600,00
<b>SUBTOTAL</b>			\$ 2.000,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			\$ 2.300,00
<b>Equipos electrónicos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Televisor LCD lg 42p	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Split	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
<b>TOTAL EQUIPOS ELECTRONICOS</b>			\$ 2.000,00
<b>Equipos de producción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Bowls	10	\$ 1,10	\$ 11,00
Batidora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Cocina industrial	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Congelador	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Extractor de humo	1	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Extractor de jugo	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Freidora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Horno	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Juego de ollas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Juego de sartenes	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Licuada	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Máquina para hielo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mesas de trabajo de acero inoxidable	2	\$ 240,00	\$ 480,00
Refrigerador	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Utensilios de cocina	1	\$ 550,00	\$ 550,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE PRODUCCION</b>			\$ 8.911,00
<b>TOTAL ACTIVO PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			\$ 112.660,00
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
GASTOS DE CONSTITUCION (planos , tasas y permisos)			\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>			\$ 1.200,00
<b>INVERSION INICIAL TOTAL</b>			\$ 122.551,40

En la inversión inicial se ha tomado todos los valores para la infraestructura, decoración y equipación de esta manera empezar con la operación del restaurante los cuales son: menaje y suministro varios, terreno, edificio, equipos de computación, muebles de oficina, muebles y enseres, equipos electrónicos, equipos de producción y gastos de constitución, teniendo un total de \$ 122.551,40.

Tabla 24

Balance Inicial

<b>BALANCE INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
	<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 8.691,40	<b>PASIVOS A LARGO PLAZO</b>
<b>CAJA</b>	\$ 7.633,40		<b>DOCUMENTOS POR PAGAR</b> \$ 85.785,98
<b>MENAJE Y SUMINISTROS VARIOS</b>	\$ 1.058,00		
	<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>	\$ 112.660,00	<b>PATRIMONIO</b>
<b>TERRENO</b>	\$ 21.600,00		<b>CAPITAL PROPIO</b> \$ 36.765,42
<b>EDIFICIO</b>	\$ 77.000,00		
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>	\$ 849,00		
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 2.300,00		
<b>EQUIPO ELECTRONICO</b>	\$ 2.000,00		
<b>EQUIPO DE PRODUCCION</b>	\$ 8.911,00		
	<b>OTROS ACTIVOS</b>	\$ 1.200,00	
<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	\$ 1.200,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		\$ 122.551,40	<b>TOTAL PASIVO Y PRATRIMONIO</b> \$ 122.551,40

En el balance inicial se reflejan cuentas de activos, pasivo y patrimonio la cual el restaurante obtuvo un pasivo del 70% que será financiado por la Corporación Financiera Nacional en un plazo de 4 años con una tasa de interés anual de 7%.

Tabla 25

Rol de Pago 1er año

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Administrador	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 366,00	\$ 300,00	\$ -	\$ 874,80	\$ 9.340,80	\$ 778,40
Chef	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 366,00	\$ 225,00	\$ -	\$ 656,10	\$ 7.097,10	\$ 591,43
Cocinero	2	\$ 366,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 366,00	\$ -	\$ 1.067,26	\$ 11.681,26	\$ 973,44
Meseros	2	\$ 366,00	\$ 8.784,00	\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 366,00	\$ -	\$ 1.067,26	\$ 11.681,26	\$ 973,44
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>1.782,00</b>	<b>\$ 30.168,00</b>	<b>\$2.514,00</b>	<b>\$ 2.196,00</b>	<b>\$ 1.257,00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 3.665,41</b>	<b>\$ 39.800,41</b>	<b>\$ 3.316,70</b>

Tabla 26

Rol de Pago 2do año

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Administrador	1	\$ 622,20	\$ 7.466,40	\$ 622,20	\$ 379,54	\$ 311,10	\$ 622,20	\$ 907,17	\$ 10.308,61	\$ 859,05
Chef	1	\$ 466,65	\$ 5.599,80	\$ 466,65	\$ 379,54	\$ 233,33	\$ 466,65	\$ 680,38	\$ 7.826,34	\$ 652,20
Cocinero	2	\$ 379,54	\$ 9.109,01	\$ 759,08	\$ 759,08	\$ 379,54	\$ 759,08	1.106,74	\$ 12.872,55	\$ 1.072,71
Meseros	2	\$ 379,54	\$ 9.109,01	\$ 759,08	\$ 759,08	\$ 379,54	\$ 759,08	1.106,74	\$ 12.872,55	\$ 1.072,71
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 1.847,93</b>	<b>\$ 31.284,22</b>	<b>\$ 2.607,02</b>	<b>2.277,25</b>	<b>\$ 1.303,51</b>	<b>\$ 2.607,02</b>	<b>\$3.801,03</b>	<b>\$ 43.880,05</b>	<b>\$ 3.656,67</b>

Tabla 27

Proyección de Sueldos a 5 años

CARGO	CANT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	1	\$ 9.340,80	\$ 10.308,61	\$ 10.690,03	\$ 11.085,56	\$ 11.495,72
Chef	1	\$ 7.097,10	\$ 7.826,34	\$ 8.115,92	\$ 8.416,21	\$ 8.727,61
Cocinero	2	\$ 11.681,26	\$ 12.872,55	\$ 13.348,83	\$ 13.842,74	\$ 14.354,92
Meseros	2	\$ 11.681,26	\$ 12.872,55	\$ 13.348,83	\$ 13.842,74	\$ 14.354,92
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>\$ 39.800,41</b>	<b>\$ 43.880,05</b>	<b>\$ 45.503,61</b>	<b>\$ 47.187,24</b>	<b>\$ 48.933,17</b>

En las primeras tablas se reflejan los roles de pago del 1er y 2do año, considerando que a partir del 2do año se pagan los fondos de reserva a cada trabajador, de igual manera podemos observar las proyecciones de los próximos 5 años teniendo una tasa del 3.70% por año.

Tabla 28

Depreciación Proyección a 5 años

DEPRECIACION (AJUSTES CONTABLES)	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
EDIFICIO	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00	\$ 3.850,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 283,00	\$ 283,00	\$ 283,00	\$ -	\$ -
MUEBLES Y ENSERES	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
EQUIPO ELECTRONICO	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
EQUIPO DE PRODUCCION	\$ 891,10	\$ 891,10	\$ 891,10	\$ 891,10	\$ 891,10
<b>TOTAL DEPRECIACION</b>	<b>\$ 5.454,10</b>	<b>\$ 5.454,10</b>	<b>\$ 5.454,10</b>	<b>\$ 5.171,10</b>	<b>\$ 5.171,10</b>
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>	<b>\$ 5.454,10</b>	<b>\$ 10.908,20</b>	<b>\$ 16.362,30</b>	<b>\$ 21.533,40</b>	<b>\$ 26.704,50</b>

Tabla 29

Amortización Intangible

AMORTIZACIÓN				
INTANGIBLES				
	AÑOS DE VIDA ÚTIL	VALOR DEL BIEN	AMORTIZACIÓN ANUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL
GASTOS DE CONSTITUCION	5	1.200,00	240,00	20,00

En la tabla 28 y la tabla 31 se puede observar la depreciación tangible e intangible de todos los activos con una proyección hasta los 5 años

Tabla 30

Tabla de Amortización

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 85.785,98	\$ 1.553,83	\$ 500,42	\$ 2.054,25	\$ 84.232,15
2	\$ 84.232,15	\$ 1.562,90	\$ 491,35	\$ 2.054,25	\$ 82.669,25
3	\$ 82.669,25	\$ 1.572,01	\$ 482,24	\$ 2.054,25	\$ 81.097,23
4	\$ 81.097,23	\$ 1.581,18	\$ 473,07	\$ 2.054,25	\$ 79.516,05
5	\$ 79.516,05	\$ 1.590,41	\$ 463,84	\$ 2.054,25	\$ 77.925,64
6	\$ 77.925,64	\$ 1.599,69	\$ 454,57	\$ 2.054,25	\$ 76.325,96
7	\$ 76.325,96	\$ 1.609,02	\$ 445,23	\$ 2.054,25	\$ 74.716,94
8	\$ 74.716,94	\$ 1.618,40	\$ 435,85	\$ 2.054,25	\$ 73.098,53
9	\$ 73.098,53	\$ 1.627,84	\$ 426,41	\$ 2.054,25	\$ 71.470,69
10	\$ 71.470,69	\$ 1.637,34	\$ 416,91	\$ 2.054,25	\$ 69.833,35
11	\$ 69.833,35	\$ 1.646,89	\$ 407,36	\$ 2.054,25	\$ 68.186,46
12	\$ 68.186,46	\$ 1.656,50	\$ 397,75	\$ 2.054,25	\$ 66.529,96
13	\$ 66.529,96	\$ 1.666,16	\$ 388,09	\$ 2.054,25	\$ 64.863,80
14	\$ 64.863,80	\$ 1.675,88	\$ 378,37	\$ 2.054,25	\$ 63.187,92
15	\$ 63.187,92	\$ 1.685,66	\$ 368,60	\$ 2.054,25	\$ 61.502,27
16	\$ 61.502,27	\$ 1.695,49	\$ 358,76	\$ 2.054,25	\$ 59.806,78
17	\$ 59.806,78	\$ 1.705,38	\$ 348,87	\$ 2.054,25	\$ 58.101,40
18	\$ 58.101,40	\$ 1.715,33	\$ 338,92	\$ 2.054,25	\$ 56.386,07
19	\$ 56.386,07	\$ 1.725,33	\$ 328,92	\$ 2.054,25	\$ 54.660,74
20	\$ 54.660,74	\$ 1.735,40	\$ 318,85	\$ 2.054,25	\$ 52.925,34
21	\$ 52.925,34	\$ 1.745,52	\$ 308,73	\$ 2.054,25	\$ 51.179,82
22	\$ 51.179,82	\$ 1.755,70	\$ 298,55	\$ 2.054,25	\$ 49.424,12
23	\$ 49.424,12	\$ 1.765,94	\$ 288,31	\$ 2.054,25	\$ 47.658,17
24	\$ 47.658,17	\$ 1.776,25	\$ 278,01	\$ 2.054,25	\$ 45.881,92
25	\$ 45.881,92	\$ 1.786,61	\$ 267,64	\$ 2.054,25	\$ 44.095,32
26	\$ 44.095,32	\$ 1.797,03	\$ 257,22	\$ 2.054,25	\$ 42.298,29
27	\$ 42.298,29	\$ 1.807,51	\$ 246,74	\$ 2.054,25	\$ 40.490,78
28	\$ 40.490,78	\$ 1.818,06	\$ 236,20	\$ 2.054,25	\$ 38.672,72
29	\$ 38.672,72	\$ 1.828,66	\$ 225,59	\$ 2.054,25	\$ 36.844,06
30	\$ 36.844,06	\$ 1.839,33	\$ 214,92	\$ 2.054,25	\$ 35.004,73
31	\$ 35.004,73	\$ 1.850,06	\$ 204,19	\$ 2.054,25	\$ 33.154,67
32	\$ 33.154,67	\$ 1.860,85	\$ 193,40	\$ 2.054,25	\$ 31.293,82
33	\$ 31.293,82	\$ 1.871,70	\$ 182,55	\$ 2.054,25	\$ 29.422,12
34	\$ 29.422,12	\$ 1.882,62	\$ 171,63	\$ 2.054,25	\$ 27.539,49
35	\$ 27.539,49	\$ 1.893,61	\$ 160,65	\$ 2.054,25	\$ 25.645,89

36	\$ 25.645,89	\$ 1.904,65	\$ 149,60	\$ 2.054,25	\$ 23.741,24
37	\$ 23.741,24	\$ 1.915,76	\$ 138,49	\$ 2.054,25	\$ 21.825,48
38	\$ 21.825,48	\$ 1.926,94	\$ 127,32	\$ 2.054,25	\$ 19.898,54
39	\$ 19.898,54	\$ 1.938,18	\$ 116,07	\$ 2.054,25	\$ 17.960,36
40	\$ 17.960,36	\$ 1.949,48	\$ 104,77	\$ 2.054,25	\$ 16.010,88
41	\$ 16.010,88	\$ 1.960,86	\$ 93,40	\$ 2.054,25	\$ 14.050,02
42	\$ 14.050,02	\$ 1.972,29	\$ 81,96	\$ 2.054,25	\$ 12.077,73
43	\$ 12.077,73	\$ 1.983,80	\$ 70,45	\$ 2.054,25	\$ 10.093,93
44	\$ 10.093,93	\$ 1.995,37	\$ 58,88	\$ 2.054,25	\$ 8.098,56
45	\$ 8.098,56	\$ 2.007,01	\$ 47,24	\$ 2.054,25	\$ 6.091,55
46	\$ 6.091,55	\$ 2.018,72	\$ 35,53	\$ 2.054,25	\$ 4.072,83
47	\$ 4.072,83	\$ 2.030,49	\$ 23,76	\$ 2.054,25	\$ 2.042,34
48	\$ 2.042,34	\$ 2.042,34	\$ 11,91	\$ 2.054,25	\$ 0,00
		\$ 85.785,98	\$ 12.818,12	\$ 98.604,10	

Tabla de amortización del préstamo por un monto de \$ 85.785, 98 con una tasa de interés anual del 7% tasa preferencial de la CFN para los proyectos turísticos que están dentro de los objetivos plan del buen vivir con una cuota mensual de \$ 2.054,25 por un periodo de 4 años

Tabla 31

## Ingresos por Ventas

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD DIARIA	VENTA DIARIA	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caldo de salchicha	\$ 5,25	9	\$ 45,36	\$ 1.360,80	\$ 16.329,60	\$ 16.329,60	\$ 16.933,80	\$ 17.560,35	\$ 18.210,08	\$ 18.883,85
Humitas	\$ 2,50	6	\$ 14,40	\$ 432,00	\$ 5.184,00	\$ 5.184,00	\$ 5.375,81	\$ 5.574,71	\$ 5.780,98	\$ 5.994,87
Tigrillo	\$ 3,75	9	\$ 32,40	\$ 972,00	\$ 11.664,00	\$ 11.664,00	\$ 12.095,57	\$ 12.543,10	\$ 13.007,20	\$ 13.488,47
Fritada en jugo de naranja	\$ 6,50	9	\$ 56,16	\$ 1.684,80	\$ 20.217,60	\$ 20.217,60	\$ 20.965,65	\$ 21.741,38	\$ 22.545,81	\$ 23.380,01
Yapingacho invertido	\$ 5,25	9	\$ 45,36	\$ 1.360,80	\$ 16.329,60	\$ 16.329,60	\$ 16.933,80	\$ 17.560,35	\$ 18.210,08	\$ 18.883,85
Lomo de cerdo en salsa de piña	\$ 6,50	6	\$ 37,44	\$ 1.123,20	\$ 13.478,40	\$ 13.478,40	\$ 13.977,10	\$ 14.494,25	\$ 15.030,54	\$ 15.586,67
Medallones de pollo en salsa de maracuyá	\$ 6,00	6	\$ 34,56	\$ 1.036,80	\$ 12.441,60	\$ 12.441,60	\$ 12.901,94	\$ 13.379,31	\$ 13.874,35	\$ 14.387,70
Volteado de piña	\$ 2,00	9	\$ 17,28	\$ 518,40	\$ 6.220,80	\$ 6.220,80	\$ 6.450,97	\$ 6.689,66	\$ 6.937,17	\$ 7.193,85
Tartaleta de naranja	\$ 2,00	6	\$ 11,52	\$ 345,60	\$ 4.147,20	\$ 4.147,20	\$ 4.300,65	\$ 4.459,77	\$ 4.624,78	\$ 4.795,90
Cake de guineo con glaseado de cacao	\$ 2,50	9	\$ 21,60	\$ 648,00	\$ 7.776,00	\$ 7.776,00	\$ 8.063,71	\$ 8.362,07	\$ 8.671,47	\$ 8.992,31
Mousse de maracuyá	\$ 2,00	6	\$ 11,52	\$ 345,60	\$ 4.147,20	\$ 4.147,20	\$ 4.300,65	\$ 4.459,77	\$ 4.624,78	\$ 4.795,90
Guarapo	\$ 1,00	29	\$ 28,80	\$ 864,00	\$ 10.368,00	\$ 10.368,00	\$ 10.751,62	\$ 11.149,43	\$ 11.561,95	\$ 11.989,75
Jugos naturales	\$ 2,50	17	\$ 43,20	\$ 1.296,00	\$ 15.552,00	\$ 15.552,00	\$ 16.127,42	\$ 16.724,14	\$ 17.342,93	\$ 17.984,62
Gaseosas	\$ 2,00	12	\$ 23,04	\$ 691,20	\$ 8.294,40	\$ 8.294,40	\$ 8.601,29	\$ 8.919,54	\$ 9.249,56	\$ 9.591,80
Agua mineral y sin gas	\$ 1,00	17	\$ 17,28	\$ 518,40	\$ 6.220,80	\$ 6.220,80	\$ 6.450,97	\$ 6.689,66	\$ 6.937,17	\$ 7.193,85
Te	\$ 2,00	12	\$ 23,04	\$ 691,20	\$ 8.294,40	\$ 8.294,40	\$ 8.601,29	\$ 8.919,54	\$ 9.249,56	\$ 9.591,80
<b>TOTAL</b>		<b>144</b>	<b>370,80</b>	<b>13.888,80</b>	<b>166.665,60</b>	<b>166.665,60</b>	<b>172.832,23</b>	<b>179.227,02</b>	<b>185.858,42</b>	<b>192.735,18</b>



En la tabla de ingresos por venta se detalla los productos que ofrecerá el restaurante considerando que a partir del 2do año de funcionamiento tendrá una tasa de inflación del 3.7% hasta el 5to año, estos cálculos se obtuvieron por medio de la capacidad instalada de 24 personas con doble horario de trabajo teniendo una capacidad utilizada del 60%

Tabla 32

Costos Operacionales

PRODUCTO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caldo de salchicha	259	\$ 1,25	324,00	3.888,00	\$ 4.031,86	\$ 4.181,03	\$ 4.335,73	\$ 4.496,16
Humitas	173	\$ 0,30	51,84	\$ 622,08	\$ 645,10	\$ 668,97	\$ 693,72	\$ 719,38
Tigrillo	259	\$ 0,50	129,60	1.555,20	\$ 1.612,74	\$ 1.672,41	\$ 1.734,29	\$ 1.798,46
Fritada en salsa de naranja	259	\$ 1,60	414,72	4.976,64	\$ 5.160,78	\$ 5.351,72	\$ 5.549,74	\$ 5.755,08
Yapingacho invertido	259	\$ 1,00	259,20	3.110,40	\$ 3.225,48	\$ 3.344,83	\$ 3.468,59	\$ 3.596,92
Lomo de cerdo en salsa de piña	173	\$ 1,25	216,00	2.592,00	\$ 2.687,90	\$ 2.787,36	\$ 2.890,49	\$ 2.997,44
Medallones de pollo en salsa de maracuyá	173	\$ 1,25	216,00	2.592,00	\$ 2.687,90	\$ 2.787,36	\$ 2.890,49	\$ 2.997,44
Volteado de piña	259	\$ 0,30	\$ 77,76	\$ 933,12	\$ 967,65	\$ 1.003,45	\$ 1.040,58	\$ 1.079,08
Tartaleta de naranja	173	\$ 0,50	\$ 86,40	1.036,80	\$ 1.075,16	\$ 1.114,94	\$ 1.156,20	\$ 1.198,97
Cake de guineo con glaseado de cacao	259	\$ 0,50	129,60	1.555,20	\$ 1.612,74	\$ 1.672,41	\$ 1.734,29	\$ 1.798,46
Mousse de maracuyá	173	\$ 0,35	\$ 60,48	\$ 725,76	\$ 752,61	\$ 780,46	\$ 809,34	\$ 839,28
Guarapo	864	\$ 0,20	172,80	2.073,60	\$ 2.150,32	\$ 2.229,89	\$ 2.312,39	\$ 2.397,95
Jugos naturales	518	\$ 0,50	259,20	3.110,40	\$ 3.225,48	\$ 3.344,83	\$ 3.468,59	\$ 3.596,92
Gaseosas	346	\$ 0,32	110,59	1.327,10	\$ 1.376,21	\$ 1.427,13	\$ 1.479,93	\$ 1.534,69
Agua mineral y sin gas	518	\$ 0,12	\$ 62,21	\$ 746,50	\$ 774,12	\$ 802,76	\$ 832,46	\$ 863,26
Te	346	\$ 0,03	\$ 10,37	\$ 124,42	\$ 129,02	\$ 133,79	\$ 138,74	\$ 143,88
Mano de obra directa		\$ 2.538,30	2.538,30	30.459,61	31.586,62	32.755,32	33.967,27	35.224,06
<b>TOTAL</b>	<b>4320</b>	<b>2.546,22</b>	<b>5.119,07</b>	<b>61.428,83</b>	<b>63.701,69</b>	<b>66.058,66</b>	<b>68.502,83</b>	<b>71.037,43</b>

Para los costos operacionales se tomaron en cuenta los costos de la materia prima y la mano de obra con una tasa de crecimiento del 3.7% a partir del segundo año.

Tabla 33

Gastos Mensuales

DESCRIPCIÓN	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
<b>Gastos de Administración</b>	<b>1.992,91</b>	<b>\$ 1.412,91</b>	<b>1.442,91</b>	<b>1.412,91</b>	<b>1.442,91</b>	<b>1.412,91</b>	<b>1.442,91</b>	<b>1.412,91</b>	<b>1.442,91</b>	<b>1.412,91</b>	<b>1.442,91</b>	<b>1.412,91</b>	<b>17.684,90</b>
Sueldos personal administrativo	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 778,40	\$ 9.340,80
Servicios Básicos	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Uniformes	\$ 250,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 250,00
Gastos de capacitación personal	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 300,00
Mantenimiento	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Materiales de limpieza	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 30,00	\$ 0,00	\$ 180,00
<b>EDIFICIO</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 320,83</b>	<b>\$ 3.850,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 23,58</b>	<b>\$ 283,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 19,17</b>	<b>\$ 230,00</b>
<b>EQUIPO ELECTRONICO</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 16,67</b>	<b>\$ 200,00</b>
<b>EQUIPO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 74,26</b>	<b>\$ 891,10</b>
Amortizacion	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 1.264,00</b>	<b>\$ 1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>1.264,00</b>	<b>15.168,00</b>
Publicidad	\$ 1.264,00	\$ 1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	1.264,00	15.168,00
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 500,42</b>	<b>\$ 491,35</b>	<b>\$ 482,24</b>	<b>\$ 473,07</b>	<b>\$ 463,84</b>	<b>\$ 454,57</b>	<b>\$ 445,23</b>	<b>\$ 435,85</b>	<b>\$ 426,41</b>	<b>\$ 416,91</b>	<b>\$ 407,36</b>	<b>\$ 397,75</b>	<b>\$ 5.395,01</b>
Intereses	\$ 500,42	\$ 491,35	\$ 482,24	\$ 473,07	\$ 463,84	\$ 454,57	\$ 445,23	\$ 435,85	\$ 426,41	\$ 416,91	\$ 407,36	\$ 397,75	\$ 5.395,01
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.757,33</b>	<b>\$ 3.168,26</b>	<b>3.189,15</b>	<b>3.149,98</b>	<b>3.170,75</b>	<b>3.131,47</b>	<b>3.152,14</b>	<b>3.112,76</b>	<b>3.133,32</b>	<b>3.093,82</b>	<b>3.114,27</b>	<b>3.074,66</b>	<b>38.247,91</b>

En esta tabla muestra todos de gastos anuales de gastos administrativos, sueldos de los empleados, gastos administrativos, gastos de publicidad, depreciaciones y gastos financieros los mismos que tendrán una inflación de 3.7% a partir del segundo año

Tabla 34

Estado de Pérdidas y Ganancias Anual

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 166.665,60	\$ 172.832,23	\$ 179.227,02	\$ 185.858,42	\$ 192.735,18
(-) Costos de Operación	\$ 61.428,83	\$ 63.701,69	\$ 66.058,66	\$ 68.502,83	\$ 71.037,43
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 105.236,77</b>	<b>\$ 109.130,53</b>	<b>\$ 113.168,36</b>	<b>\$ 117.355,59</b>	<b>\$ 121.697,75</b>
(-) Gastos en Administración	\$ 17.684,90	\$ 18.750,76	\$ 19.233,86	\$ 19.451,83	\$ 19.971,33
(-) Gastos de Ventas	\$ 15.168,00	\$ 15.729,22	\$ 16.311,20	\$ 16.914,71	\$ 17.540,56
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 72.383,87</b>	<b>\$ 74.650,56</b>	<b>\$ 77.623,31</b>	<b>\$ 80.989,05</b>	<b>\$ 84.185,86</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 5.395,01	\$ 4.002,99	\$ 2.510,34	\$ 909,79	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>\$ 66.988,87</b>	<b>\$ 70.647,57</b>	<b>\$ 75.112,97</b>	<b>\$ 80.079,27</b>	<b>\$ 84.185,86</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 10.048,33	\$ 10.597,14	\$ 11.266,95	\$ 12.011,89	\$ 12.627,88
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	<b>\$ 56.940,54</b>	<b>\$ 60.050,43</b>	<b>\$ 63.846,02</b>	<b>\$ 68.067,38</b>	<b>\$ 71.557,98</b>
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 12.526,92	\$ 13.211,10	\$ 14.046,13	\$ 14.974,82	\$ 15.742,76
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 44.413,62</b>	<b>\$ 46.839,34</b>	<b>\$ 49.799,90</b>	<b>\$ 53.092,55</b>	<b>\$ 55.815,22</b>

En la tabla refleja el estado de pérdidas y ganancias después de realizar los ingresos y los costos de la empresa se pudo demostrar que hay utilidad neta positiva durante todos los 5 años de funcionamiento.

Tabla 35

Flujo de Caja Anual

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
Ingresos por ventas		\$ 166.665,60	\$ 172.832,23	\$ 179.227,02	\$ 185.858,42	\$ 192.735,18
<b>(-) Egresos de efectivo</b>		\$ 88.587,63	\$ 115.062,82	\$ 119.717,84	\$ 124.771,34	\$ 130.124,93
Gastos de operación		\$ 61.428,83	\$ 63.701,69	\$ 66.058,66	\$ 68.502,83	\$ 71.037,43
Gastos de administración		\$ 11.990,80	\$ 13.056,66	\$ 13.539,76	\$ 14.040,73	\$ 14.560,23
Gastos de ventas		\$ 15.168,00	\$ 15.729,22	\$ 16.311,20	\$ 16.914,71	\$ 17.540,56
Impuesto a la renta		\$ 0,00	\$ 12.526,92	\$ 13.211,10	\$ 14.046,13	\$ 14.974,82
Participación de trabajadores		\$ 0,00	\$ 10.048,33	\$ 10.597,14	\$ 11.266,95	\$ 12.011,89
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		\$ 78.077,97	\$ 57.769,41	\$ 59.509,18	\$ 61.087,08	\$ 62.610,25
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos						
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Compras de activos fijos						
<b>(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>						
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
Ingresos de efectivo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PRESTAMOS RECIBIDOS						
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pagos de préstamos o principal		\$ 19.256,02	\$ 20.648,04	\$ 22.140,69	\$ 23.741,24	\$ 0,00
Pago de intereses		\$ 5.395,01	\$ 4.002,99	\$ 2.510,34	\$ 909,79	\$ 0,00
<b>(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>	-122.551,40	-\$ 24.651,03	-\$ 24.651,03	-\$ 24.651,03	-\$ 24.651,03	\$ 0,00
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	-122.551,40	\$ 53.426,95	\$ 33.118,38	\$ 34.858,15	\$ 36.436,06	\$ 62.610,25

En la tabla del flujo de caja anual se reflejan todos los saldos positivos desde el primer año en adelante

Tabla 36

## Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja	\$ 61.060,35	\$ 94.178,73	\$ 129.036,89	\$ 165.472,94	\$ 228.083,19
MENAJE Y SUMINISTROS VARIOS	\$ 1.058,00	\$ 1.058,00	\$ 1.058,00	\$ 1.058,00	\$ 1.058,00
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 62.118,35</b>	<b>\$ 95.236,73</b>	<b>\$ 130.094,89</b>	<b>\$ 166.530,94</b>	<b>\$ 229.141,19</b>
<b>Propiedad Planta y equipo</b>					
<b>TERRENO</b>	\$ 21.600,00	\$ 21.600,00	\$ 21.600,00	\$ 21.600,00	\$ 21.600,00
<b>EDIFICIO</b>	\$ 77.000,00	\$ 77.000,00	\$ 77.000,00	\$ 77.000,00	\$ 77.000,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>	\$ 849,00	\$ 849,00	\$ 849,00	\$ 849,00	\$ 849,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
<b>EQUIPO ELECTRONICO</b>	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>EQUIPO DE PRODUCCION</b>	\$ 8.911,00	\$ 8.911,00	\$ 8.911,00	\$ 8.911,00	\$ 8.911,00
(-) Depreciación Acumulada	-\$ 5.454,10	-\$ 10.908,20	-\$ 16.362,30	-\$ 21.533,40	-\$ 26.704,50
<b>Total PPE</b>	<b>\$ 107.205,90</b>	<b>\$ 101.751,80</b>	<b>\$ 96.297,70</b>	<b>\$ 91.126,60</b>	<b>\$ 85.955,50</b>
<b>Otros Activos</b>					
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
(-) Amortización Acumulada	-\$ 240,00	-\$ 480,00	-\$ 720,00	-\$ 960,00	-\$ 1.200,00
<b>Total otros activos</b>	<b>\$ 960,00</b>	<b>\$ 720,00</b>	<b>\$ 480,00</b>	<b>\$ 240,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 170.284,25</b>	<b>\$ 197.708,53</b>	<b>\$ 226.872,59</b>	<b>\$ 257.897,54</b>	<b>\$ 315.096,69</b>

PASIVOS					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Cuentas por Pagar					
Participación a Trabajadores por P.	\$ 10.048,33	\$ 10.597,14	\$ 11.266,95	\$ 12.011,89	\$ 12.627,88
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 12.526,92	\$ 13.211,10	\$ 14.046,13	\$ 14.974,82	\$ 15.742,76
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 22.575,25</b>	<b>\$ 23.808,23</b>	<b>\$ 25.313,07</b>	<b>\$ 26.986,71</b>	<b>\$ 28.370,63</b>
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>					
Préstamo Bancario	\$ 66.529,96	\$ 45.881,92	\$ 23.741,24	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>Total Pasivos de Largo Plazo</b>	<b>\$ 66.529,96</b>	<b>\$ 45.881,92</b>	<b>\$ 23.741,24</b>	<b>\$ 0,00</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 89.105,21</b>	<b>\$ 69.690,16</b>	<b>\$ 49.054,31</b>	<b>\$ 26.986,71</b>	<b>\$ 28.370,63</b>

PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 36.765,42	\$ 36.765,42	\$ 36.765,42	\$ 36.765,42	\$ 36.765,42
Utilidad del Ejercicio	\$ 44.413,62	\$ 46.839,34	\$ 49.799,90	\$ 53.092,55	\$ 55.815,22
Utilidades Retenidas	\$ 0,00	\$ 44.413,62	\$ 91.252,96	\$ 141.052,86	\$ 194.145,41
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 81.179,04</b>	<b>\$ 128.018,38</b>	<b>\$ 177.818,28</b>	<b>\$ 230.910,83</b>	<b>\$ 286.726,05</b>

<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 170.284,25</b>	<b>\$ 197.708,53</b>	<b>\$ 226.872,59</b>	<b>\$ 257.897,54</b>	<b>\$ 315.096,69</b>
----------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

En la tabla se muestra el balance general y presenta las cuentas de activos, pasivo y patrimonio lo que permite reflejar que la empresa se encuentra financieramente bien a lo largo de 5 años de funcionamiento.

Tabla 37

Evaluación Financiera

<b>INVERSION INICIAL</b>	-122.551,40
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	<b>12%</b>
<b>VAN</b>	\$ 31.291,83
<b>TIR</b>	<b>22,87%</b>
<b>B/C</b>	<b>\$ 1,10</b>
<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>	<b>3,03</b>

De acuerdo a la evaluación financiera teniendo una tasa de descuento del 12% da un VAN positivo, una TIR superior a la tasa de descuento, un beneficio costo de \$1,10 y un periodo de recuperación de 3 años y 11 días aproximadamente por lo que el proyecto es factible y rentable.

Tabla 38

Ratios Financieros

<b>INDICADOR</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	Utilidad Bruta/ Ventas = %	63,14%	63,14%	63,14%	63,14%	63,14%
<b>MARGEN NETO</b>	Utilidad Neta / Ventas = %	26,65%	27,10%	27,79%	28,57%	28,96%
<b>RETORNO SOBRE ACTIVOS</b>	Utilidad Neta / Activo Total = %	26,1%	23,7%	22,0%	20,6%	17,7%
<b>RETORNO SOBRE CAPITAL</b>	Utilidad Neta / Patrimonio = %	54,7%	36,6%	28,0%	23,0%	19,5%

En la tabla de los ratios financieros refleja al análisis de los 5 años y son satisfactorios para el restaurante.

Tabla 39  
Escenarios

	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO PESIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (122.551,40)	\$ (122.551,40)	\$ (122.551,40)
Flujo 1	\$ 64.734,98	\$ 53.426,95	42.118,91
Flujo 2	\$ 41.034,01	\$ 33.118,38	25.202,76
Flujo 3	\$ 43.066,65	\$ 34.858,15	26.649,65
Flujo 4	\$ 44.948,27	\$ 36.436,06	27.923,84
Flujo 5	\$ 71.437,41	\$ 62.610,25	53.783,08
VPN	\$ 60.459,54	\$ 31.291,83	2124,130167
TIR	<b>32,62%</b>	<b>22,87%</b>	<b>12,76%</b>
B/C	<b>\$ 1,15</b>	<b>\$ 1,10</b>	<b>\$ 1,04</b>
PRI	<b>2,039</b>	<b>3,03</b>	<b>4,01</b>

Para el escenario optimista se consideró un porcentaje de capacidad utilizada del 65% y para el pesimista un porcentaje de capacidad utilizada del 55%; se refleja que en todos los escenarios el VAN es positivo, la TIR es mayor a la tasa de descuento, con un beneficio/costo que varía entre \$1.15 y \$1.04 y un periodo de recuperación de 2 años 4 meses y 4 años 4 días para el escenario optimista y pesimista aproximadamente

## CONCLUSIONES

El restaurante “El vagón de Bucay” nace como una propuesta de innovación en el cantón, busca mejorar la planta turística de la zona así como también generar un impacto social y económico positivo para sus habitantes.

Como resultado de la investigación de la situación actual del cantón en conjunto con la entrevista realizada a la coordinadora de turismo, permitió definir que el perfil de las personas a las cuales se dirigirá la estrategia de marketing, serán los habitantes de la ciudad de Guayaquil y aquellos turistas nacionales o extranjeros que visiten el cantón.

La entrevista reflejó que el cantón Bucay está en constante crecimiento, que buscan proyectos innovadores, lo que hace muy atractiva la propuesta para las autoridades del cantón cuyo objetivo es promover el turismo en la zona.

A través de las encuestas realizadas al mercado objetivo se determinó el 80,80% de aceptación e interés en la propuesta del restaurante, factores claves como su preferencia por la infraestructura estática y los valores que estarían dispuestos a cancelar por el servicio que son de 20 a 30 dólares, así también los medios publicitarios que utilizan para considerar un destino.

Al analizar los resultados de las encuestas se optó por seleccionar que la mejor forma para posesionarse en la mente del consumidor es por medio del slogan, la infraestructura y los productos a ofrecerse promocionados a través de las redes sociales y los medios tradicionales.

El estudio financiero del plan de negocio estableció que la realización del proyecto es viable y rentable, ya que con una inversión inicial de \$122.551,40 y luego de efectuar la evaluación financiera dio como resultado el VAN \$31.291,83 una TIR del 22,87% y una relación beneficio-costos superior a la unidad.



Como todo proyecto su mayor riesgo se encuentra en los factores externos que provienen del gobierno y las políticas que implementen, las cuales no dependen de los empresarios de esta manera puede afectar de forma positiva o negativa a los negocios.

## RECOMENDACIONES

Al terminar la fase de investigación, estudio y esquema del proyecto obteniendo resultados óptimos que refleja el análisis financiero, se sugiere buscar personas e inversionistas que deseen llevar a cabo este proyecto, tomando en cuenta las ventajas y desventajas e ir renovando los costos operacionales del mismo.

Los empleados de la organización son los clientes internos que ayudan a conseguir los objetivos de la empresa implantados por sus directivos, por lo cual se recomienda realizar una capacitación periódica para el personal del restaurante de esta forma se proporcionara un mejor servicio y se prevendrá fallos que representen mayores costos para el restaurante.

Se debe analizar la situación del mercado con el fin de determinar nuevos competidores o amenazas que puedan disminuir el número de clientes del negocio, de esta forma se podrá establecer nuevas estrategias de marketing y publicidad o tomar las medidas correctivas necesarias.

Cada año la empresa deberá presentar nuevas propuestas del menú, considerando que los productos principales que se producen en la zona deben formar parte de los ingredientes del plato a ofrecer, es aconsejable tomar en cuenta las sugerencias de los clientes externos e internos para poder tomar decisiones favorables para la empresa.

Deberán implementarse auditorias periódicas con el fin de verificar que se estén cumpliendo con los objetivos planteados y los procesos establecidos de la organización, de esta forma se podrá mejorar las falencias que tenga el establecimiento y ofrecer un servicio óptimo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias Odón, F. (1999). *El Proyecto de investigación: Guía para su elaboración* (3ra ed.). Caracas: Oriol Ediciones.
- Arias Odón, F. (2006). *El Proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (6ta edición, p. 26). Caracas: Oriol Ediciones.
- Aguirre, J. L. (2007). *Comunicación de Innovaciones y Adopción de Tecnología Agropecuaria*. México: Comunicación y Desarrollo.
- Andrade, S. (1996). Diccionario de Economía, p. 215. (3ra Ed.). Editorial Andrade. Recuperado de: [HYPERLINK "http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html"](http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html)
- Avila R., & Barrado D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Dialnet*, 27-44.
- Banco Central del Ecuador. (s.f.). *Estadística Banco Central del Ecuador*. Quito.
- Banco Mundial. (Abril de 2015). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>
- Barrios Yaselli, M. (1990). *Manual de trabajo de grado especialización y maestrías y tesis doctorales* (3ra reimpresión) Caracas: Ediciones FEDUPEL.
- Bermeo N, A. (2013). *Desarrollo Sustentable en la República del Ecuador*. Quito: Ministerio de Ambiente.
- Correa, K. (2013). *prezi.com*. Obtenido de [https://prezi.com/upyudb7l\\_d7j/restaurantes-tematicos/](https://prezi.com/upyudb7l_d7j/restaurantes-tematicos/)
- Departamento de Turismo. G.A.D General Antonio Elizalde
- Díaz, E. & León M. (2014). Gestión administrativa y comercial en restauración p. 258,259. Ediciones Parainfo S.A.
- Dosi, G. (1988). *The nature of the innovative process*. Technical change and economic theory.

- Drucker, P. (1988). *The Coming of the New Organization*. *Harvard Business Review* p. 173, 177.
- Elster, J. (1992). *El cambio tecnológico: investigaciones sobre la racionalidad y la transformación social* p. 141. Barcelona: Gedisa.
- Fisher, L. & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*, p. 243. (3ra Ed.). Mc Graw Hill  
Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>
- Foro Económico Mundial. (2013). *Ranking Global de Competitividad* .
- Foronda Robles, C., & García López, A. M. (2009). La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos. *Dialnet*, 89-110.
- Freeman, C. (1974). *The Economics of Industrial Innovation*. Londres: Penguin Modera.
- G. Coria, L. (2008). *La Gestión Local del Desarrollo, Experiencias de Panamá, España, México, Argentina y Perú*. Real Academia Iberoamericana Local Global.
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (4ta ed.) . Argentina: Editorial Brujas de Cordova-Argentina.
- González, M. (2006). *eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/mga-des/1p.htm>
- Grajales, T. (2000). *Tipos de Investigación*. Recuperado de: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>
- INEC. (2010). *Índice Verde Urbano*. Quito: INEC.
- INEC. (2012). *Censo de Información Ambiental Económica en Empresas Públicas 2012*. Quito: INEC.
- INEC. (2015). *Indicadores Laborales*. Quito: Inec
- Martínez, J. L. (2004). *Dirección de Alimentos y Bebidas en hoteles*. México D.F: Limusa, Balderas.
- Melgosa, J. (2007). *Códigos de Turismo*. Obtenido de *Códigos de Turismo*: <https://books.google.com.ec/books?id=JTCHkJZbzGIC&pg=PA803&d>

q=categorias+de+restaurantes&hl=es&sa=X&ved=0CCgQ6AEwA2oV  
ChMI3qmXtlOdyQIVQ-ImCh1x-  
gLB#v=onepage&q=categorias%20de%20restaurantes&f=false

Mincetur. (2014). *MINCETUR*. Obtenido de MINCETUR:

[http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2014).

<http://www.siise.gob.ec/agenda/index.html?serial=13>. Obtenido de  
<http://www.siise.gob.ec/agenda/index.html?serial=13>

Ministerio de Turismo. (2004). *Reglamento General a la Ley de Turismo*.

Quito: Ministerio de Turismo. Obtenido de Ministerio de Turismo:  
<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

Ministerio de Turismo. (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para Ecuador "Plandetur 2020"*. Recuperado de:  
HYPERLINK

"<http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>"  
<http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

*Ministerio de Turismo*. (5 de marzo de 2013). Obtenido de Ministerio de Turismo : <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/registro-turistico>

Ministerio de Turismo. (2013). *Vivir Ecuador, una plataforma social para promover los destinos turísticos*. Recuperado de:  
<http://www.turismo.gob.ec/vivir-ecuador-una-plataforma-social-para-promover-los-destinos-turisticos-de-ecuador/>

*Ministerio de Turismo*. (2014). Obtenido de Ministerio de Turismo:

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2015). *416.037 turistas visitaron el país durante el primer trimestre*. Recuperado de: [HYPERLINK "http://www.turismo.gob.ec/2015/04/page/2/"](#)  
<http://www.turismo.gob.ec/2015/04/page/2/>
- Morales, F. (2012). *Tipos de Investigación p. 2*. Recuperado de: <http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>
- Nelson , R., & Winter, S. (2000). *En Busca de una Teoría útil de la Innovación*. Bogota.
- OCDE. (2005). *Manual de Oslo, Guía para la Recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación*. Tragsa,.
- Organización Mundial de Turismo. Recuperado de: <http://dspace.universia.net/bitstream/2024/1043/1/INTRODUCCION+A L+TURISMO>
- Organización Mundial de Turismo (2008). Recuperado de: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez, Y., Vázquez, L., & Álvarez, V. (2006). *Procedimiento para Realizar Estudios de Mercados Emisores Reales y Potenciales para el Producto Turístico de las Tunas*. Las Tunas.
- Prada, L. (2 de Junio de 2014). <https://prezi.com>. Obtenido de <https://prezi.com/vq-iygdpmmon/teoria-de-la-innovacion/>
- Prefectura del Guayas. <http://www.guayas.gob.ec/cantones/bucay>
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovations*. New York.: Free Press.
- Roman, C. & Gomez, J. (2014). *Análisis de factibilidad para la creación de un eco hotel en las Islas Galápagos con la finalidad de satisfacer la demanda turística de hospedaje en beneficio de la comunidad local y turista*.(Tesis universitaria) Recuperado de:<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/2359/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-173.pdf>

- Saavedra, E. & Castro, A. (2007). *La investigación cualitativa, una discusión presente* . Liberabit,13,63-69.recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/pdf/686/68601308.pdf>
- Salguero, J. (2006). *Enfoques Sobre Algunas Teorías Referentes al Desarrollo Personal*. Bogotá: Sociedad Geográfica de Colombia.
- Schumpeter, J. (1912), *Teoría del desenvolvimiento económico*, traducción española, Fondo de Cultura Económica, p. 37. México
- Schumpeter, J. A. (1961). *Konjunkturzyklen. Eine theoretische, historische und statistische Analyse des kapitalistischen Prozesses* . New York: Business Cycles .
- SCHUMPETER, J. (1935). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico* . México: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. A. (1961). *Konjunkturzyklen. Eine theoretische, historische und statistische Analyse des kapitalistischen Prozesses* . New York: Business Cycles .
- Secretaria Nacional del Buen Vivir. (2013). *Plan Nacional del buen vivir 2013-2017*.Recuperado de: [HYPERLINK "http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf"](http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf)  
<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Sistema Nacional de información, (2012).*Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón General Antonio Elizalde*.
- SIISE. (2001). *Sistema integrado de indicadores sociales del Ecuador. Versión 3.5* . Quito
- Thornton, M. (2007). The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón (1680-1734). *Papers of Interest*, 17.
- Valdivia , M. (24 de Octubre de 2007). *mariovaldivia.cl*. Obtenido de <http://www.mariovaldivia.cl/content/view/83632/Teoria-de-la-innovacion.html>

Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de Administracion Financiera*. Mexico: Pearson Educación.

West, M., & Farr., J. L. (1990). *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*. Chichester: John Wiley & So





**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, Proaño Jarro Pamela de Los Ángeles, con C.C: # 0926646779 autor/a del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el Cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de marzo del 2016

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Proaño Jarro Pamela de Los Ángeles,

C.C: 0926646779



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, Flores Vélez María Fernanda, con C.C: # 0917160053 autor/a del trabajo de titulación: Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el Cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 13 de marzo del 2016

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Flores Vélez María Fernanda

C.C: 0917160053



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Flores Vélez, María Fernanda Proaño Jarro, Pamela de Los Ángeles		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Diez Farhat, Said		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>		<b>No. DE PÁGINAS:</b>	107
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tendencias actuales del mercado turístico		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Restaurante, innovadora y servicio		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>	240 palabras Los restaurantes desde hace años son considerados como un punto principal dentro de la planta turística porque complementan a los atractivos, hoy en día este concepto ha evolucionado dando lugar a ideas innovadoras que no solo buscan complementar el destino turístico sino ser parte del atractivo por la cual las personas viajan. Este proyecto busca determinar la factibilidad para la creación de un restaurante en un vagón de ferrocarril en el cantón Bucay como propuesta de desarrollo económico, este restaurant se diferencia de su competencia por la infraestructura innovadora en forma de vagón acompañado del menú basado en los productos principales que se cultivan en la zona. El vagón de Bucay, será el nombre del establecimiento, utilizará el slogan “una historia llena de sabor y tradición”, el logo del restaurante será sencillo, como parte de la estrategia de posicionamiento en la mente de los consumidores. Para realizar el proceso de investigación se utilizó un estudio mixto cualitativo como cuantitativo, donde la información fue obtenida a través del municipio, coordinadora de turismo, encuestas para determinar el nivel de aceptación de la propuesta complementándolo con documentación física o de la web así como entrevistas. También se analizó las estrategias de Marketing a implementarse para promocionar la infraestructura y el servicio a ofertarse. Por último se desarrolló el estudio técnico organizacional de la empresa y la proyección de costos y gastos con el fin de determinar su rentabilidad o viabilidad de este proyecto.		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI		<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593981896190/+593980392941	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:Fernanda_flores19@hotmail.com">Fernanda_flores19@hotmail.com/</a> <a href="mailto:pamela_proano93@hotmail.com">pamela_proano93@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912		
	<b>E-mail:</b> eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec		



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



**Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes**



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación