

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

**TEMA:**

**Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para  
la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**AUTORES:**

**Torres Navarro, Johanna Nathaly  
Uribe Ramírez, Diana Katherine**

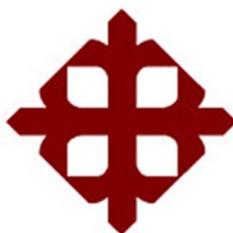
**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de  
Ingeniería En Administración De Empresas Turísticas Y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, a los 12 días del mes de septiembre del año 2017**



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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Torres Navarro Johanna Nathaly, Uribe Ramírez Diana Katherine**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

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

**Guayaquil, 12 de septiembre del 2017**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Torres Navarro Johanna Nathaly**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, 12 de septiembre del 2017**

**LA AUTORA**

---

**Torres Navarro Johanna Nathaly**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Uribe Ramírez Diana Katherine**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

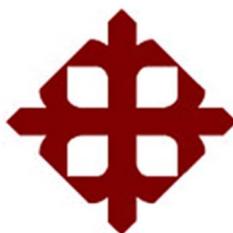
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 12 de septiembre del 2017**

**LA AUTORA**

---

**Uribe Ramírez Diana Katherine**



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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Torres Navarro Johanna Nathaly**

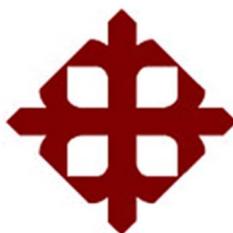
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 12 de septiembre del 2017**

**LA AUTORA**

---

**Torres Navarro Johanna Nathaly**



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

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Uribe Ramírez Diana Katherine**

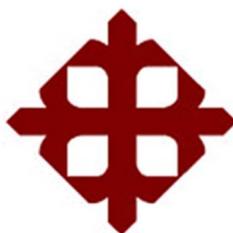
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2017**

**LA AUTORA**

---

**Uribe Ramírez Diana Katherine**



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

**Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado - **Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, presentado por las estudiantes **Torres Navarro Johanna Nathaly, Uribe Ramírez Diana Katherine**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows a web browser window displaying the URKUND plagiarism check results. The document title is "TT Torres Navarro y Uribe Ramirez urkund.docx (D30128011)". The submission date is "2017-08-15 11:37 (-05:00)". The document was presented by "Shirley Segura (shirley.segura@cu.ucsg.edu.ec)" and received by "shirley.segura.ucsg@analysis.orkund.com". The message states: "0% de estas 43 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes." The interface includes a search bar, navigation buttons, and a status bar at the bottom.

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.  
TUTORA**

## **Agradecimiento**

Sin duda alguna debo agradecer a Dios por permitirme finalizar este logro tan anhelado que comenzó como un sueño y ahora es realidad, quisiera agradecer a las personas que siempre creyeron en mí y que jamás me dejaron rendir, a mi padre Segundo Hernán Uribe Jerez que es uno de los pilares fundamentales en mi vida, me enseñó la importancia del trabajo duro para obtener grandes metas, a mi mamá Marina Ramírez que me dio su apoyo incondicional ante diferentes circunstancias de la vida, a mis hermanos Ing. Marcos Córdova, Adriana Uribe y a mi cuñada Paola López por la paciencia que me brindaron durante este proceso.

Finalmente un agradecimiento muy especial a mi Tutora de tesis la Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs, que me ayudo y guio durante el transcurso de mi formación académica, a mi gran amiga Johanna Torres que siempre contara con mi apoyo, al Dr Aquiles Rigail que nos asesoró y aclaro las incógnitas que teníamos sobre el proyecto de titulación y a mis amigos Malena Rosas, Katherine Cedeño, Andrea Flores, Nuseyka Toapanta, Joseph Fernández, Carolina Pauta, Corina Reyes y Angie Pozo que hicieron mi trayecto en la Universidad fuera lleno de éxitos y aprendizajes.

*Diana Katherine Uribe Ramírez*

## **Agradecimiento**

Agradecimiento especial a quien me acompañó en este proceso de titulación con paciencia y dedicación a mi compañera de tesis, a nuestra tutora que siempre estuvo pendiente de cada detalle y disponible para guiarnos y finalmente a los "*cuna de oro*" que han hecho este proceso más armonioso y bello.

*Johanna Torres Navarro*

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a mi madre Marina Ramírez y a mi “*Baduchita*” Vader Alarcon por el amor incondicional que siempre he recibido por parte de ellas, por su apoyo y por jamás dejarme rendir y permanecer siempre a mi lado, les dedico este logro como muestra de mi amor hacia ustedes. Gracias mamás por todas las cosas maravillosas que me enseñaron y por tener tanta paciencia conmigo, sin duda ustedes son mi razón de ser. ¡Las Amo mamás y espero que se sientan orgullosas!

*Diana Katherine Uribe Ramírez*

## **DEDICATORIA**

Le dedico este logro a lo más importante que tengo en la vida, a Dios por cuidarme y protegerme  
cada día.

"La /mujer sabia edifica su casa; Mas la necia con sus manos la derriba" (Proverbios 14:1 RVR  
1960).

No hay frase que te describa más, una mujer con valores y principios que me enseñó todo lo  
bueno y siempre me dio la oportunidad de tomar mis propias decisiones, más no dejaba de  
acompañarme si me equivocaba. Te dedico este logro que más que mío es tuyo a ti, a la mujer  
que con dulzura, esfuerzo y dedicación jamás me dejó rendirme, quien me alentó y ayudó a salir  
de los baches que te da la vida, a ti que en momentos de preocupación y tristeza no dejabas de  
apoyarme, a la única persona con la que no existen secretos, aquella amiga incondicional que  
lloro mis lágrimas y río mis éxitos.

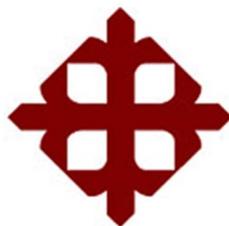
A ti que eres como el aire, indispensable para mí. Y que dicha es poderte brindar esta alegría que  
ansias ya, más que una meta cumplida es un escaloncito hacia todo lo bueno que deseas para mí,  
porque mientras más pasa el tiempo más te valoro y entiendo tus enojos, preocupaciones y  
miedos, a ti mi ejemplo a seguir.

Dios te bendiga y te mantenga a mi lado por muchísimos años más mamá, mi ángel por siempre  
serás tú.

A mi papá, la razón por la que llegue hasta aquí, por evitarme las dificultades del proceso  
académico y por darme la posibilidad de poderme dedicar a estudiar sin preocupaciones.

A Babbo, el hombre que forjó mi carácter y es a quien le debo lo que soy, aquel padre  
incondicional que lo ha dado todo por mí, de quien jamás recibí un no, de quien siempre me  
apoyó, de quien siempre me incitó a mejorar, y quién siempre estará orgulloso de su Patata.

***Johanna Torres Navarro***



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**  
TUTORA

---

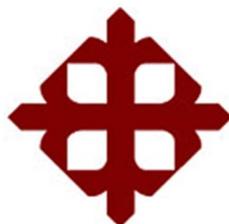
**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Paola Gálvez Izquieta, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Eco. Luis Albán Alaña, Mgs.**  
OPONENTE



**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>Torres Navarro Johanna Nathaly</b>	<b>10</b>
<b>Uribe Ramírez Diana Katherine</b>	<b>10</b>

---

**Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.  
TUTORA**

## Índice General

Índice General .....	XI
Índice de Tablas .....	XIV
Índice de Figuras.....	XVI
Índice de Apéndices .....	XVIII
Resumen.....	XIX
Abstract .....	XX
Introducción .....	2
Antecedentes .....	3
Planteamiento del problema.....	4
Pregunta de investigación .....	5
Justificación .....	5
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos .....	7
Capítulo 1.....	8
Marco referencial.....	8
Marco Teórico.....	11
Marco conceptual.....	18
Marco legal .....	19
Capítulo 2.....	24
Metodología de la investigación .....	24
Enfoque .....	24
Método .....	24
Tipo de investigación .....	25
Diseño de la investigación .....	25
Universo – Población de estudio.....	25
Muestra.....	26
Técnicas de recolección de datos .....	28
Capítulo 3.....	29
Estudio de mercado.....	29
Análisis basado en las Cinco Fuerzas de Porter.....	29
Factor Político.....	31
Factor Económico .....	32
Factor Tecnológico.....	34
Factor Social.....	37
Factor Ambiental.....	39

Oferta de mercado .....	41
Demanda del mercado .....	41
Resultados de la encuesta para estudiantes .....	42
Resultados de las encuestas para consumidores.....	53
Resultados de las entrevistas .....	65
Capítulo 4.....	67
La propuesta del negocio .....	67
Estudio Organizacional.....	67
Razón Social .....	67
Nombre Comercial.....	67
Imagotipo .....	67
Slogan .....	67
Misión .....	67
Visión.....	68
Valores .....	68
Análisis FODA.....	68
Organigrama .....	70
Mercado Objetivo .....	70
Localización del Proyecto.....	71
Macro localización.....	71
Distribución de espacio físico.....	72
Horarios de funcionamiento.....	73
Control de calidad.....	73
Sistema HACCP.....	74
Procedimientos.....	75
Capítulo 5.....	82
Estrategia de Marketing .....	82
Segmentación de Mercado.....	82
Estrategias de posicionamiento .....	82
Estrategias de Marketing.....	83
Marketing Mix .....	83
Precio .....	83
Plaza.....	84
Promoción .....	85
Capítulo 6.....	86
Plan financiero .....	86
Inversión inicial.....	86
Tabla de amortización .....	87

Balance Inicial.....	90
Proyección anual de gastos .....	90
Proyección anual de costos .....	91
Proyección de ingresos.....	91
Ingresos por ventas.....	92
Estado de resultado.....	94
Flujo de caja .....	95
Balance General .....	96
Evaluación financiera.....	97
Punto de equilibrio .....	97
Razones Financieras.....	98
Conclusiones.....	99
Recomendaciones .....	100
Referencias.....	101

## Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Restaurante de lujo Categorización</i> .....	13
Tabla 2 <i>Restaurante de lujo primera categoría</i> .....	14
Tabla 3 <i>Restaurante de segunda categoría</i> .....	15
Tabla 4 <i>Restaurante de Tercera categoría</i> .....	15
Tabla 5 <i>Restaurante de cuarta categoría</i> .....	16
Tabla 6 <i>Ordenanza que norma el manejo de los desechos sólidos no peligrosos</i> .....	40
Tabla 7 <i>Niveles de prácticas pre profesionales</i> .....	42
Tabla 8 <i>Ciclo que se encuentra cursando el estudiante</i> .....	43
Tabla 9 <i>Estudiantes que tienen un lugar asignado para realizar sus prácticas</i> .....	44
Tabla 10 <i>Grado de satisfacción con el lugar asignado de prácticas pre-profesionales</i> .....	45
Tabla 11 <i>Conocimientos adicionales proporcionados por el tutor para el desempeño de las actividades en la empresa</i> .....	46
Tabla 12 <i>Preferencia de rotación por áreas en su periodo de prácticas</i> .....	47
Tabla 13 <i>Preferencia por un lugar de prácticas de la Universidad</i> .....	48
Tabla 14 <i>Estudiantes que gustaría recibir una compensación monetaria por sus práctica</i> .....	49
Tabla 15 <i>Certificaciones avaladas por la carrera</i> .....	50
Tabla 16 <i>Áreas específicas para realizar prácticas</i> .....	51
Tabla 17 <i>Habilidades de un practicante</i> .....	52
Tabla 18 <i>Edad de las personas encuestadas</i> .....	53
Tabla 19 <i>Sexo de las personas encuestadas</i> .....	54
Tabla 20 <i>Estado civil de las personas</i> .....	55
Tabla 21 <i>Personas que consideran se ha deteriorado el servicio con el transcurso del tiempo</i> .....	56
Tabla 22 <i>Frecuencia de asistencia a restaurantes</i> .....	57
Tabla 23 <i>Rango de precios a pagar por un plato de comida</i> .....	58
Tabla 24 <i>Personas que asistirían a un restaurante cuya fortaleza es brindar un servicio de calidad</i> .....	59
Tabla 25 <i>Personas con las que acudiría al restaurante escuela</i> .....	60
Tabla 26 <i>Personas que están de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica</i> .....	61
Tabla 27 <i>Lugar conveniente para la ubicación del restaurante escuela</i> .....	62
Tabla 28 <i>Preferencias de redes sociales</i> .....	63
Tabla 29 <i>Preferencia de platillos por los comensales</i> .....	64
Tabla 30 <i>Segmentación de mercado</i> .....	82
Tabla 31 <i>Precios de producto</i> .....	84
Tabla 32 <i>Presupuesto del marketing</i> .....	85
Tabla 33 <i>Inversión inicial parte 1</i> .....	86

Tabla 34 <i>Inversión inicial parte 2</i> .....	87
Tabla 35 <i>Tabla de financiamiento de crédito, método francés</i> .....	87
Tabla 36 <i>Balance Inicial</i> .....	90
Tabla 37 <i>Resumen anual de gastos anuales</i> .....	90
Tabla 38 <i>Costos operacionales y sus proyecciones anuales</i> .....	91
Tabla 39 <i>Porcentajes de ocupación mensual aplicados por cada año</i> .....	91
Tabla 40 <i>Detalle por año de ingreso anual por ventas</i> .....	92
Tabla 41 <i>Detalle por año de ingreso anual por ventas</i> .....	93
Tabla 42 <i>Ingresos por venta, proyección anual</i> .....	93
Tabla 43 <i>Estado de resultado anual</i> .....	94
Tabla 44 <i>Flujo de caja anual</i> .....	95
Tabla 45 <i>Balance General</i> .....	96
Tabla 46 <i>Evaluación del proyecto</i> .....	97
Tabla 48 <i>Punto de equilibrio</i> .....	97
Tabla 49 <i>Proyección por años de ratios</i> .....	98

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Cuadro de características de servicio: conceptos y herramientas. ....	17
<i>Figura 2.</i> Cálculo del ingreso familiar disponible del mes de mayo 2017. ....	33
<i>Figura 3.</i> tendencia de dispositivos tecnológicos 2012-2014. ....	34
<i>Figura 4.</i> Tipos de conexión de internet 2012-2014. ....	35
<i>Figura 5.</i> Utilización de medios de comunicación 2012-2014. ....	37
<i>Figura 6.</i> Evolución nominal de líneas de pobreza y pobreza extrema. ....	37
<i>Figura 7.</i> Tasa de Analfabetismo Nacional. ....	38
<i>Figura 8.</i> Población con empleo por sexo ....	39
<i>Figura 9.</i> Número de estudiantes encuestados de cada nivel de prácticas pre-profesionales. ....	42
<i>Figura 10.</i> Porcentaje de los ciclos cursando por los estudiantes. ....	43
<i>Figura 11.</i> Porcentaje de los estudiantes que tienen asignado un lugar de prácticas ....	44
<i>Figura 12.</i> Porcentaje de los estudiantes que se sienten satisfechos con el lugar asignado para sus prácticas pre-profesionales. ....	45
<i>Figura 13.</i> Porcentaje de los estudiantes que recibieron conocimiento adicional para realizar las prácticas. ....	46
<i>Figura 14.</i> Porcentaje de preferencia de rotación por áreas ....	47
<i>Figura 15.</i> Estudiantes que están de acuerdo con un lugar de prácticas de la Universidad. ....	48
<i>Figura 16.</i> Porcentaje de los estudiantes que les gustaría recibir una compensación por sus prácticas. ....	49
<i>Figura 17.</i> Porcentaje de los estudiantes que quieren certificaciones avaladas por la carrera. ....	50
<i>Figura 18.</i> Porcentaje de áreas para realizar las practicas. ....	51
<i>Figura 19.</i> Porcentaje de las habilidades de un practicante. ....	52
<i>Figura 20.</i> Porcentaje de rango de edades. ....	53
<i>Figura 21.</i> Sexo de las personas encuestadas. ....	54
<i>Figura 22.</i> Estado civil de las personas encuestadas. ....	55
<i>Figura 23.</i> Considera que el servicio al cliente se ha deteriorado con el tiempo. ....	56
<i>Figura 24.</i> Frecuencia de las personas en visitar restaurantes. ....	57
<i>Figura 25.</i> Precio a pagar por un plato de comida. ....	58
<i>Figura 26.</i> Personas que asistirían al restaurante escuela. ....	59
<i>Figura 27.</i> Con quien acudiría al restaurante escuela. ....	60
<i>Figura 28.</i> ¿Está de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica? ....	61
<i>Figura 29.</i> Ubicación del restaurante escuela. ....	62
<i>Figura 30.</i> Preferencia de las personas en redes sociales para publicidad del restaurante escuela. ....	63
<i>Figura 31.</i> Platillos seleccionado por los comensales. ....	64
<i>Figura 32.</i> Imagotipo del Restaurante Escuela. ....	67
<i>Figura 33.</i> Organigrama del restaurante escuela ....	70
<i>Figura 34.</i> Macro localización. ....	71

<i>Figura 35.</i> Micro Localización. Tomada de Google Maps. ....	72
<i>Figura 36.</i> Distribución de espacio físico del Restaurante Escuela.....	72
<i>Figura 37.</i> Normas HACCP sistema de análisis de riesgos y puntos de control.....	75

## Índice de Apéndices

Apéndice A. Entrevista a las autoridades de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.....	103
<i>Apéndice B. Tabla B1.....</i>	<i>108</i>
<i>Apéndice B. Tabla B2.....</i>	<i>108</i>
<i>Apéndice B. Tabla B3.....</i>	<i>109</i>
<i>Apéndice B. Tabla B4.....</i>	<i>109</i>
<i>Apéndice B. Tabla B5.....</i>	<i>110</i>
<i>Apéndice B. Tabla B6.....</i>	<i>114</i>
<i>Apéndice B. Tabla B7.....</i>	<i>114</i>
<i>Apéndice B. Tabla B8.....</i>	<i>115</i>
<i>Apéndice B. Tabla B9.....</i>	<i>114</i>
<i>Apéndice B. Tabla B10.....</i>	<i>115</i>
<i>Apéndice B. Tabla B11.....</i>	<i>116</i>
<i>Apéndice B. Tabla B12.....</i>	<i>116</i>
<i>Apéndice C. Figura 1.....</i>	<i>117</i>
<i>Apéndice C. Figura 2.....</i>	<i>118</i>
<i>Apéndice C. Figura 3.....</i>	<i>119</i>

## **Resumen**

La investigación realizada establece la propuesta para el diseño de un Restaurante Escuela de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil para la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, cuyo objetivo es desarrollar un estudio del entorno y del mercado, con el fin de poder determinar la viabilidad del proyecto y que además le permita a los estudiantes que desarrollen las habilidades y conocimientos previamente adquiridos durante el periodo universitario. La metodología de investigación que fue utilizada se basa en enfoque mixto, debido a que se contó con datos cualitativos y cuantitativos para analizar el nivel de aceptación, tanto de los clientes potenciales como de los estudiantes inscritos en las materias de prácticas. Se empleó el método deductivo ya que se consideró el más apropiado para determinar el diseño de la propuesta del restaurante escuela. Adicionalmente, se realizó una investigación documental y de campo con el fin de recolectar datos por medio de encuestas realizadas a consumidores y estudiantes, conjuntamente se desarrollaron entrevistas a las principales autoridades de la Institución. Finalmente se presenta la propuesta operativa y financiera que determina al proyecto como viable y rentable, ya que se evidencia un retorno de la inversión en 3 años y 2 meses aproximadamente.

**Palabras Claves:** Práctica pre-profesional, Restaurante Escuela, Servicio al cliente, Gastronomía, Estudiantes.

## **Abstract**

The investigation establishes the proposal for the design of a restaurant at Universidad Católica (Catholic University) for the major of tourist Companies Administration and Hospitality. The main purpose is to allow students to develop their skills and knowledge previously obtained during the whole university process and to gain experience while practicing. Nevertheless, is important to evaluate the environment, market and viability of implementing the restaurant. The investigation methodology was a combined approach between the qualitative and quantitative data, to analyze the level of acceptance for consumers, as well as students registered in the pre-professional practices. The deductive method was used in order to develop a documented investigation by recollecting data through surveys made to consumers, students and interviews to the main authorities from the university. In addition, the operational and financial proposal show the viability and incomes of the project. Besides, it is expected to recover the investment in three years and two months approximately.

**Keywords:** Pre professional practice, Restaurant School, Customer service, Gastronomy, Students.

## **Introducción**

Ecuador por su diversidad cultural y riqueza regional brinda grandiosos recursos que facilitan la explotación turística en todos sus aspectos, y es por eso que se debe hacer énfasis en tener una buena formación e instrucción de profesionales entrenados para poder brindar el servicio que el cliente se merece.

Hoy en día en la ciudad de Guayaquil existen diversos lugares donde realizar prácticas pre profesionales divididos en diferentes plazas, sin embargo dentro del área específica de hotelería y turismo aún no se han desarrollado programas de inserción o centros que cumplan con la función completa de la enseñanza y que además brinden un espacio propio a cada uno de los estudiantes interesados, los mismos que deberán estar dispuestos a adquirir conocimientos fundamentales de la profesión.

Frente a lo expresado, nace la propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras con el fin de que se pueda ayudar de modo educativo a los estudiantes de dicha carrera universitaria, con un equipo que los instruya de manera eficaz y que dicha labor en el establecimiento le aporte experiencia en base a las funciones realizadas.

En el primer capítulo se presentan dos restaurantes escuelas internas Nacionales e Internacionales, los mismos que sirvieron de referencia para el desarrollo de la propuesta, así como los fundamentos teóricos, conceptuales y legales que muestran la factibilidad del proyecto y que cumplen con los regímenes impuestos por la ciudad de Guayaquil. En el segundo capítulo se presenta la metodología de investigación que se utilizó como base en el proyecto y permitió conocer diferentes teorías imprescindibles. En el tercer capítulo se muestra el estudio de mercado basado en el análisis de las cinco fuerzas de Porter y el análisis PESTA que ayudó a conocer la situación actual del país para establecer la oferta y demanda del mercado.

En el cuarto capítulo se desarrolló la propuesta del estudio organizacional del proyecto como la razón social, imagotipo del negocio, organigrama, misión, visión, análisis FODA, Macro localización, Micro localización, distribución del espacio físico, permisos y requisitos. Mientras en el quinto capítulo se presenta el plan de marketing y

el presupuesto que se requiere para la promoción del proyecto, finalmente en el sexto capítulo se presenta la proyección financiera del mismo.

### **Antecedentes**

Ecuador siendo un país con diversidad cultural y con gran potencial turístico, posee variedad gastronómica que es el resultado de mezclas con otras culturas y tradiciones que se manifiestan en sus productos culinarios agregando sabores característicos de la tierra. La variación en los platos y la influencia en la mesa ecuatoriana, depende de la zona de donde provenga así como de los recursos naturales que dispongan. La gran mayoría de conocimientos del arte culinario llegaron en el tiempo de la conquista durante los siglos XIX y XX, con la presencia de franceses e ingleses quienes enseñaron sobre gastronomía a los indígenas que en ese tiempo eran esclavos y maltratados socialmente.

La ciudad de Guayaquil, al ser una de las urbes más pobladas y visitadas de la República del Ecuador, se convirtió en un foco importante del comercio y según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), es reconocida como capital económica del país por sus grandes centros de comercio que aportan un ingreso importante para el desarrollo empresarial. La gastronomía de Guayaquil posee una gran variedad de platillos y es conocida por su óptima calidad en mariscos propios de la región, vegetales, hortalizas y variedad de frutos que permiten disfrutar de distintos platos autóctonos, en los cuales se resalta: (a) el plátano verde y maduro, (b) mariscos, (c) maní, (d) arroz, (e) ganadería porcina y bovina. Por otro lado, la presencia de grupos étnicos diferenciados ha generado que las cocinas tradicionales tengan múltiples influencias. Siendo Guayaquil una de las principales metrópolis del país que ha concentrado diferentes platillos provenientes de otras provincias se encontró en la necesidad de evolucionar en sus técnicas culinarias, por ende se fundaron escuelas especializadas en gastronomía desde 1999 para contribuir con el desarrollo técnico de la restauración como por ejemplo La Escuela de los Chefs (2017) posee cursos técnicos especializados en diferentes áreas como: (a) Técnico en Gastronomía, (b) Técnico en Pastelería, (c) Técnico en Panadería, (d) Técnico en Bar y Restaurante, según el título a obtener, varía la duración del programa ya que si se desea estudiar para Tecnólogo en Arte Culinario deberán transcurrir tres años, mientras que si se opta por tomar cursos de especialización en las subdivisiones antes mencionadas

pueden durar desde 6 meses hasta un año y cuentan con materias teóricas y prácticas que se desplegarán a lo largo de su periodo estudiantil. Al momento de desarrollar sus prácticas la mayoría de escuelas tienen convenios con empresas privadas durante el tiempo en el que el alumno tendría que culminar sus horas.

Sin duda la gastronomía ha sido un distintivo que sobresale en la cultura de Ecuador y que trasciende en el tiempo debido a sus tradiciones, y Guayaquil siendo una ciudad que tiene afluencia de habitantes y turistas debe estar en constante innovación de técnicas, por lo que surge el motivo de instruir a los estudiantes para pulir sus conocimientos culinarios y a su vez aprovechar la potencialidad que tienen para difundir un excelente servicio, en cuanto los establecimientos de restauración de la ciudad no contemplan procesos formativos para los estudiantes con el fin de reconocer sus sapiencias y tener mejores trabajadores a futuro.

### **Planteamiento del problema**

En la carrera de Hotelería y Turismo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se ha evidenciado un bajo índice de convenios con empresas donde los estudiantes puedan realizar sus prácticas pre-profesionales, en base a una encuesta previa realizada a aquellos que cursan el octavo ciclo, en la cual figura que al 80% de los estudiantes no le ha sido aún asignado un lugar. Entre los motivos se evidencia una escasa disponibilidad de plazas para realizar las prácticas en el ámbito hotelero y de restauración, otra de las motivaciones radica en que los propietarios o administradores de dichos establecimientos se encuentran en una recesión de contratación de alumnos, por inconvenientes con las nuevas imposiciones legales y/o la falta de interés que han demostrado los estudiantes de aplicar los conocimientos adquiridos durante los semestres de clases, tales como la logística del manejo de un restaurante, realizar de manera eficaz la compra y el almacenamiento de la materia prima útil para la elaboración de los platos, pero sobretodo los principios de calidad para enfocarse en mejorar la atención al cliente que mantiene un bajo índice a nivel de país.

Según una encuesta de la consultora Accenture (2012) indicó que usualmente el consumidor promedio se cambia de proveedor a causa de algún inconveniente con el servicio que recibió, y no porque no esté de acuerdo con el precio del mismo o con su calidad. Este fenómeno se presenta en un porcentaje que redondea el 66% en los cambios

de proveedor, siendo por ende la mejora del servicio el principio fundamental que se debe cumplir, ya que el restaurante escuela estará enfocado en preparar estudiantes que tengan la necesidad de seguir aprendiendo, y especializarse durante su proceso de prácticas, puesto que el problema esencial de los establecimientos turísticos es que en su mayoría, son administrados por personas que no han obtenido un título en las carreras vinculadas con el turismo y que por ende no mantienen los conocimientos necesarios como para seguir los estándares de calidad, que aprende el alumno durante su proceso de estudio.

### **Pregunta de investigación**

¿Será viable la implementación de un restaurante escuela de la UCSG en la ciudad de Guayaquil que facilite a los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Administración de empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil realizar sus prácticas pre profesionales?

### **Justificación**

Las prácticas pre profesionales son de gran importancia para los estudiantes debido a que pueden desarrollar sus habilidades y actitudes frente a una situación laboral, y más aún para poner en práctica lo aprendido durante su proceso de formación. A pesar de que la urbe guayaquileña es muy reconocida como ciudad de negocios, en la rama de hotelería y turismo la tarea de encontrar áreas de trabajo donde los técnicos estén dispuestos a instruir con sus conocimientos a los practicantes es ardua; Cabe mencionar que el nivel de servicio no cumple con las expectativas de quienes están interesados en visitar la ciudad para complacerse según sus intereses. Esta iniciativa tiene acogida en base a que los estudiantes deberán forjarse y profundizar sus conocimientos, aplicándolos durante este proceso e inmiscuyéndose en el ámbito turístico, de manera que posteriormente sea gente capacitada e instruida aquella que administre los establecimientos turísticos y logren brindar un mejor servicio que esté acorde con las expectativas del cliente y de lo que le ha sido impartido al estudiante.

Por lo tanto es necesario que en la ciudad de Guayaquil se incrementen plazas relacionadas a la profesión de hotelería y turismo para que los estudiantes puedan realizar sus prácticas, con una mejor disposición y que puedan aportar lo mejor de sí mismos.

Según el Acuerdo Ministerial No. MRL-2012 (Ministerio de Relaciones Laborales, 2012) se indica en el artículo 23 que los objetivos son:

- (a) Realizar prácticas complementarias a su formación académicas que enriquezcan la propuesta curricular de los estudios que cursa.
- (b) Adquirir conocimientos, habilidades y actitudes vinculadas a situaciones del mundo de trabajo.
- (c) Adquirir conocimientos que contribuyan a mejorar la posibilidad de inserción en el ámbito laboral (p.8).

Por lo que el enfoque principal de las prácticas es darles la oportunidad a los estudiantes de enfrentarse a situaciones reales que suceden en el ámbito laboral con el fin de que logren adquirir conocimientos y valores que los favorezcan en el momento de presentarse a una entrevista de trabajo o cuando ya estén cumpliendo un cargo en una empresa. Es por esta razón que la propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras es posible, ya que se basará en la creación de un establecimiento de alimentación que tenga como trabajadores, a un personal en proceso de estudio y personal capacitado que instruya al resto, éste proyecto además se regirá a las normativas vigentes que le permitan al empleador viabilizar la gestión y contratación de personal que realice sus pasantías, beneficiando a los estudiantes que necesiten un lugar donde realizar sus prácticas y aprender la línea de trabajo que ofrece la restauración, enfrentándose a inconvenientes y situaciones reales, ya que atenderán a comensales que evaluarán su desempeño en la atención al cliente.

La calidad del servicio al cliente se ha venido deteriorando en los últimos años. Esto se asemeja a una situación en la que los trabajadores no se sienten cómodos con lo que hacen y este sentimiento se ve reflejado en la atención que brindan, otro factor a considerar es que tanto el empleador como el empleado carecen de formación que le permita evidenciar cuales son los procedimientos adecuados para que un cliente quede satisfecho. Este fenómeno se ha evidenciado en todo tipo de negocio, desde la prestación de servicios en el sector de la restauración, hotelería, telefonía, asesoría, hasta la venta de productos. Incluso si una persona se va de compras puede sentirse afectada con el tipo de

trato que recibe, el mismo que con el transcurso del tiempo se está acentuando y aceptando entre los consumidores del país. Según Miller (2017), quien es el presidente de la Cámara Provincial de Turismo del Azuay, menciona como ejemplo de buen servicio a Costa Rica diciendo:

Cuando ellos reciben al turista en el aeropuerto le dan una sonrisa y le dicen 'Pura Vida' (lema turístico de ese país), para hacerlo sentir bienvenido. En cambio, cuando usted llega al Ecuador le reciben con una cara larga, con cara de suegra mal humorada; se debe cambiar esa actitud (p.3).

Esto afecta de manera directa a los consumidores, nacionales o internacionales, quienes no se encuentran satisfechos con la atención recibida, pero no tienen manera de oponerse a esto ya que es un inconveniente a nivel de país y la necesidad de adquirir un producto o servicio te obliga a continuar recibiendo baja calidad durante los procesos. Este proyecto se enfoca en capacitar a los estudiantes, quienes serán reconocidos por tener una alta capacidad y calidad en atender a sus comensales, cuando se habla de servicio es aplicable a todos los campos ya que el enfoque principal es que el consumidor se sienta a gusto y pueda fidelizarse con el establecimiento, atrayendo nuevos clientes potenciales.

### **Objetivo general**

Desarrollar un estudio del entorno y el mercado para determinar la viabilidad de implementar un restaurante escuela de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

### **Objetivos específicos**

- Identificar la situación actual de las prácticas pre profesionales que permitan definir los perfiles de los estudiantes, para crear los filtros de selección del personal.
- Analizar las estrategias de marketing para la implementación del restaurante escuela.
- Establecer la factibilidad técnica y financiera de la implementación de un restaurante escuela de la Universidad Católica que instruya a los estudiantes y a su vez los recompense monetariamente.

## **Capítulo 1**

### **Marco referencial**

En base a un exhaustivo análisis se ha encontrado diversos restaurantes escuela alrededor del mundo, sin embargo se decidió tomar referencia de uno internacional el “Restaurante escuela de la Universidad de la Sabana” y de uno nacional el “Restaurante escuela Marcus de la Universidad San Francisco de Quito”, ya que son aquellos que representan de mayor manera el modelo que se busca alcanzar, los mismos que se detallan a continuación:

#### **MARCUS**

Es un restaurante escuela de la Universidad San Francisco de Quito, creado con la finalidad de agrupar a profesionales y estudiantes de la carrera de gastronomía y hospitalidad para que creen productos innovadores y con estándares de alta calidad. Su cocina se considera un laboratorio en el cual las diferentes técnicas, los aromas, gustos y sensaciones se fusionan para desarrollar nuevos platillos y contribuir con el proceso educativo del alumno. Marcus ofrece un menú convencional en el cual presenta una carta elaborada por los chef y los alumnos, adicional mantienen otro menú compuesto que se basa en la idea de los estudiantes, para degustar de diferentes platillos, este menú es pre aprobado por el Director de la carrera y por los chef, quienes lo evalúan y posteriormente autorizan para que sea publicado (Universidad San Francisco de Quito, 2017).

El restaurante nace en base a la necesidad que tenían los estudiantes de la carrera de gastronomía de realizar sus prácticas pre-profesionales, la misma que tiene una duración de 4 años, con un total de 144 créditos, de los cuales se dividen en 18 por semestre. Al igual que otras universidades al interno del proceso de estudio tienen horas de prácticas pre-profesionales, las mismas que durante los diversos semestres se realizan al interno del restaurante Marcus o en otros establecimientos, ya que en base a la afluencia de estudiantes no es posible que todos sean acogidos ahí.

El alcance diario que puede acoger el establecimiento es de 8 estudiantes que rotan en las diferentes áreas del restaurante, tanto en cocina como en el área de servicio, finalmente en el último semestre tienen la obligatoriedad de hacer sus prácticas en el restaurante Marcus, ya que existe una materia específica con dicho nombre, durante esta asignatura los estudiantes se mantienen una semana en cada área del restaurante, de

manera que no solo aprendan acerca del oficio, sino que además sientan la presión real de cuando se está trabajando, por lo que una semana puede estar en cocina fría, otra en cocina caliente, otra como cantor, parrillero o atendiendo en sala al consumidor. El chef del establecimiento los evalúa semanalmente y a la final del proceso presentan un menú compuesto que contiene los siguiente: (a) primera entrada, (b) segunda entrada, (c) plato fuerte, (d) postre, este menú debe ser aprobado por el chef y por el director de la carrera, quienes en el caso de tener alguna objeción se contactaran con el estudiante para las eventuales modificaciones, una vez que el menú sea idóneo será publicado y ofrecido a los trabajadores y clientes externos que deseen acudir.

Está ubicado en Pampite y Diego de Robles, atrás de la Universidad San Francisco de Quito con los siguientes horarios de atención: de lunes a sábado de 12h00 a 16h00 y de 19h00 a 22h00, mientras que los domingos tiene apertura desde las 12h00 a las 16h00, sus medios de contacto son: Teléfono (+593 2) 297-1848 y correo [marcus@usfq.edu.ec](mailto:marcus@usfq.edu.ec). El establecimiento es operativo desde el año 2002

### **Escuela Restaurante – Universidad de La Sabana**

El Restaurante Escuela es un espacio designado para las prácticas pre-profesionales de los estudiantes de la Universidad de La Sabana, quienes en dicho establecimiento pueden aplicar aquello que han aprendido en clases enriqueciendo dichos conocimientos y saliendo de los esquemas en los que introducen los textos y manteniendo una visión más real de lo que significa poner en acto sus habilidades en el campo de trabajo.

El Gobierno de Colombia otorgo a los estudiantes numerosas becas de estudio, para permitirles a aquellos con menores capacidades económicas que logren acceder a universidades pagadas, las instituciones se han encargado de implementar proyectos como este para tener un apoyo económico que no solo le sirva al estudiante para enfrentarse a la vida cotidiana sino que además le permitan costear los gastos sin afectar al resto de alumnos con el incremento en las pensiones o el alza en especies o servicios. Otro de los beneficios de este restaurante es que en base a las jornadas de estudio, los practicantes no deberán desplazarse a otros sitios para completar sus horas, realizándolas en intervalos

libres que tengan entre una clase y otra, siendo este un campus extenso que carecía de establecimientos de alimentos y bebidas, complace a los trabajadores del lugar, a sus estudiantes y a todos aquellos que deseen visitar, con platos de primera y atención de calidad.

Este restaurante cuenta con dos cocinas, una está hecha para tipos de menú más rápidos y la otra parte para tipos de menú más complejos y laboriosos, además de contar con un área de panadería y repostería, tiene capacidad para recibir a 126 personas, distribuidas en los cuatro salones que posee, uno de los cuales podría ser totalmente independiente. La Universidad está rodeada por pintorescos paisajes, llenos de naturaleza, en los que se han enfocado para realizar el diseño de este lugar simulando estar debajo de un árbol.

Su comida se basa en los ingredientes de Colombia con un cambio en la presentación y en la elaboración de sus platos, abriendo así paso a platillos innovadores sin dejar de lado la parte tradicional que viene recreada a través de utensilios antiguos que se usaban en la gastronomía de las etnias colombianas y están expuestos en lugares específicos para que puedan ser apreciados.

Está situado en el cuarto piso del Edif. L y divide sus horarios de atención según el tipo de comida que ofrezcan, como por ejemplo el desayuno se sirve de 7 a 10 a.m., los almuerzos desde las 11 a.m. hasta las 15 p.m., contemporáneamente de 8 am a 4 p.m. tienen el Lounge y los horarios para comer sándwich son desde las 9 am hasta las 12 pm con una pausa de dos horas y una reapertura de 2 p.m. a 4 p.m. (Universidad de La Sabana, 2017).

## **Marco Teórico**

Para el desarrollo del componente teórico de esta investigación se ha seleccionado en primer lugar la teoría del turismo, por ser el tema principal de la actividad turística a proponer y en el cual se trabajará con el establecimiento dedicado al servicio de restauración, en segundo lugar se presenta la teoría relacionada con el servicio al cliente. En relación al turismo, como lo expone Muñoz (2011):

Es una actividad productiva, una rama de la industria que se ocupa de la elaboración y venta de planes de desplazamiento circular cualquiera que sea la motivación, la distancia recorrida y el tiempo invertido. Se configura así esta rama industrial como la prestación de un servicio que, como cualquier otra mercancía, se obtiene consumiendo otros productos, en este caso también servicios (p. 22).

En relación a la calidad de servicio que brindan los restaurantes, a nivel mundial se reconoce la categorización de los restaurantes que, de acuerdo con lo expresado por los autores Torruco y Ramírez (2007) es la siguiente:

- **Restaurante de lujo (5 tenedores):** El restaurante tiene que cumplir con varias características tanto en infraestructura como en servicios, las cuales son indispensables para el funcionamiento del restaurante. El establecimiento debe contar con (a) servicio personalizado, (b) valet parking, (c) sala de espera, (d) uso cristalería en la decoración y para servir las bebidas, (e) sanitarios amplios e independientes, (f) aire acondicionado o calefacción.

En lo que concierne a la cocina, deberá contar con equipos que serán revisados constantemente con mantenimientos preventivos para lograr un correcto funcionamiento. Todo el personal de apoyo deberá contar con casilleros independientes y servicio sanitarios completos para el correcto aseo personal, también deberá estar bien uniformado y tener conocimiento amplio acerca del funcionamiento del restaurante y de los platos que se venden.

La carta del restaurant deberá contar con variedades de platillos divididos en: (a) entradas, (b) ensaladas, (c) Sopas, (d) pastas, (e) especialidades o sugerencias, (f) postres, (g) bebidas sin alcohol y bebidas alcohólicas (vino, cerveza, infusiones de alcohol). Todos los platos deben salir de la cocina con cubre fuentes.

- Restaurante de primera (4 tenedores):

A esta categoría de restaurante se lo conoce como "full service", la diferencia con la condición anterior se encuentra en las cartas o menú, que para esta categoría, no será completo como: (a) entrada, (b) sopas y cremas, (c) verduras, huevos, (d) especialidades de pescado, carne, (e) postres y limitada carta de bebidas alcohólicas.

Su personal debe estar capacitado en referencia a la información de los productos que se preparan, y la presentación de los platos podrán salir de la cocina con cubre fuentes o ser preparados frente al comensal.

- Restaurante de segunda clase (3 tenedores): La categoría de este restaurante es conocida como turística, tiene una misma entrada al establecimiento, para los comensales y para el personal de servicio, quienes deberían ingresar antes que el restaurant empiece a recibir clientes. Su capacidad de carga será restringida y en cuanto al menú, este será sencillo y limitado.

- Restaurante de tercera clase (2 tenedores): El acceso para esta categoría de restaurantes será una sola entrada para clientes y personal de trabajo, utilizara loza irrompible, cubiertos y utensilios inoxidable, cristalería sencilla y presentable, la mantelería deberá estar de igual manera.

Los servicios sanitarios deben ser individuales para sexo femenino y masculino, el estado de los servicios sanitarios debe ser óptimo. La cocina puede ser sencilla y poseer equipo para la conservación de los alimentos y contar con ventilación adecuada. El personal contara con uniforme sencillo y el menú será limitado.

Restaurante de cuarta clase (1 tenedor): El establecimiento contará con un mostrador que divide el comedor de la cocina, también cristalería sencilla,

utensilios inoxidable, servilleta de papel, un servicio sanitario decente, el menú no registrara más de 3 opciones como: (a) sopas, (b) especialidades, (c) Postre de la casa.

Actualmente en el Ecuador se aplica la clasificación de establecimientos de alimentos y bebidas, la misma que no ha sido modificada desde el 1989, pero que sigue vigente y contempla la siguiente categorización según la Resolución No.172 del Instructivo para los Departamentos de registro y control de actividades Turísticas de la corporación Ecuatoriana de Turismo (Ministerio del Turismo, 1989).

Tabla 1

*Restaurante de lujo Categorización*

<b>RESTAURANTES DE LUJO</b>		
<b>Instalaciones</b>	<b>Servicio</b>	<b>Personal</b>
Entradas para los clientes independientes de la del personal.	carta de platos, un primer grupos de entradas , con 10 variedades y cuatro sopas o cremas	Un Maître o jefe de comedor con conocimiento de idioma ingles
Vestíbulo con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos.	un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cinco variedades	Personal suficiente y uniformado, con estaciones de cuatro mesas por salonero
Comedor, superficie, capacidad y categoría adecuada al servicio.	un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cinco variedades	
Cocina con elementos acordes a su capacidad, almacén, cámaras frigoríficas.	Carta de vinos, con cinco variedades para cada grupo de vinos	
Mobiliario, alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría.	El servicio se hará de fuente o plato, utilizándose mesas auxiliares o guerindones	
Escalera de servicio. Si el establecimiento tuviese más de una planta interior		

Tabla 2

*Categoría de restaurantes.*

<b>RESTAURANTES DE PRIMERA CATEGORIA</b>		
<b>Instalaciones</b>	<b>Servicio</b>	<b>Personal</b>
Entradas para los clientes independiente de la del personal de servicios y mercancías.	carta de platos, un primer grupos de entradas , con variedades y tres sopas o cremas	Un Maitre o jefe de comedor con conocimiento de idioma ingles
Vestíbulo con guardarropa, teléfono y servicios higiénicos	un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con cuatro variedades	Personal suficiente y uniformado, con estaciones de cuatro mesas por salonero
Comedor con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría	un quinto grupo de postres, compuesto de dulces, helados, quesos y frutas con cuatro variedades	
Cocina con elementos acordes a su capacidad, almacén, cámaras frigoríficas	Carta de vinos, con cinco variedades para cada grupo de vinos	
Mobiliario, alfombras, lámparas, tapicería, vajilla, cristalería, mantelería y servilletas de tela acorde a la categoría		
Aire Acondicionado y/o calefacción		
Ascensor si el establecimiento está situado en planta superior a la cuarta del edificio		

Tabla 3

*Categoría de restaurantes.*

<b>RESTAURANTES DE SEGUNDA CATEGORIA</b>		
<b>Instalaciones</b>	<b>Servicio</b>	<b>Personal</b>
Una sola entrada para los clientes y personal de servicios y mercancías	carta de platos, un primer grupo de entradas con cinco variedades y dos sopas	Personal suficiente y uniformado, con estaciones de cuatro mesas por salonero
Teléfono, servicios higiénicos independientes para hombres y mujeres	Un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con tres variedades	
Sala comedor con superficie adecuada al servicio, capacidad y categoría.	Un cuarto grupo de carnes y aves con tres variedades	
Cocina con elementos acordes a su capacidad, frigoríficas, fregaderos, almacenes y extractor de humo	Un quinto grupo de postres, compuestos de dulces, helados, quesos y frutas con tres variedades	
Mobiliario, vajilla, cubertería, cristalería, mantelería y servilletas acorde a la categoría	Carta de vinos, con tres variedades para cada grupo de vinos.	
Dependencias del personal de servicio y servicios higiénicos.		

Tabla 4

*Categoría de restaurantes.*

<b>RESTAURANTES DE TERCERA CATEGORIA</b>		
<b>Instalaciones</b>	<b>Servicio</b>	<b>Personal</b>
Una sola entrada para los clientes y personal de servicios y mercancías	Carta de platos, un primer grupo de entradas y sopas, con cuatro variedades.	Personal en contacto con el público se presentara aseado y limpio, usando prendas apropiadas
Teléfono y servicios higiénicos comunes para hombres y mujeres	un segundo grupo de verduras, huevos y fideos con dos variedades	
comedor, adecuado al servicio y categoría	un quinto grupo de postres, compuestos de dulces, helados, quesos y frutas con tres variedades	
Cocina con elementos acordes a su capacidad, frigoríficas, fregaderos y bodegas		
Mobiliario, vajilla, cubertería, cristalería, mantelería y servilletas acorde a la categoría		
Dependencias del personal de servicio, servicios higiénicos para el personal.		

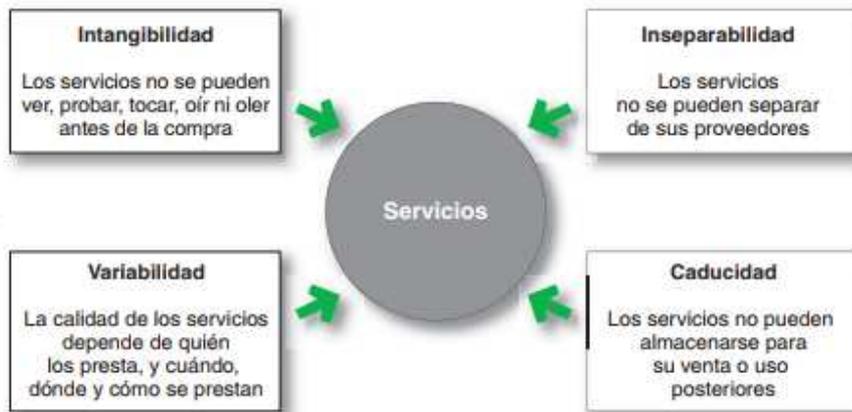
Tabla 5

*Categoría de restaurantes.*

<b>RESTAURANTES DE CUARTA CATEGORIA</b>		
<b>Instalaciones</b>	<b>Servicio</b>	<b>Personal</b>
Comedor independiente de la cocina y adecuado al servicio y categoría	carta de platos y bebidas con una variedad de platos y bebidas	Personal en contacto con el público se presentara aseado y limpio.
cocina limpia, decorosa e higiénica		
servicios higiénicos comunes para la clientela y el personal de servicio		

Dado que los establecimientos de alimentos y bebidas forman parte de la planta turística, el turismo guarda una estrecha relación con el tema del servicio, ya que éste involucra el desplazamiento con fines de utilizar y disfrutar de los bienes materiales e inmateriales, recursos y atractivos turísticos, lo que genera sensación de satisfacción y experiencia que son esencialmente intangibles. Por lo cual es importante enfatizar y resaltar el enfoque del servicio al cliente. Según Kotler (2006), incrementar el valor al cliente, significa establecer una relación a largo plazo con él. La relación se crea entre el cliente y los trabajadores y esta representa la imagen que el comensal tiene sobre la empresa, ya que si este se siente a gusto, comprendido y satisfecho regresará y así se logrará fidelizar a los clientes.

De igual manera Serna (2006) define que el servicio al cliente son estrategias de una empresa para satisfacer las necesidades de los consumidores. Esto representa el valor agregado distinguible del servicio que se brinda al usuario. Así mismo Kotler y Amstrong (2012) reflexionan acerca del servicio que puede tener o no relación con la creación de un producto físico ya que su naturaleza es impalpable y los servicios poseen cuatro tipologías o características definidas las mismas que se muestran a continuación:



*Figura 1.* Cuadro de características de servicio: conceptos y herramientas. Tomado de Marketing 4 ed., por Kotler y Armstrong. 2012, p. 237, recuperado de [https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing\\_kotler-armstrong.pdf](https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf)

Como se mostró en la figura anterior, los servicios poseen ciertas características que lo definen como tal. Por lo que se puede decir que estos no pueden ser percibidos hasta que se efectúe la compra, momento en el que la empresa verifica la calidad del servicio y el tiempo de vida que está ligado al intercambio. Aplicando el cuadro de características de servicios ofertados en un restaurante es natural que el cliente pueda percibirlos al momento de ser atendido por un mesero, por ende, la calidad del servicio depende directamente de los empleados del restaurante que inicia desde el momento en el que llega el cliente hasta que se retira.

Estas teorías son fundamentales para el desarrollo del Restaurante Escuela, debido a que son de gran relevancia para el desenvolvimiento del establecimiento dentro de un marco posible, y así conseguir que los alumnos puedan dar su máximo potencial de conocimientos y desarrollar sus experiencias académicas adquiridas.

## **Marco conceptual**

**Atención al cliente.-** consiste en la actividad fundamental de satisfacer las necesidades y aspiraciones de los consumidores, todos los esfuerzos deben estar encaminados hacia el cliente, debido a que es el único impulsor de todas las actividades de las empresas. El autor también expresa “Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado y un servicio rápido” (Cruz, 2013, P. 7). De la misma manera otro autor expresa que la atención consiste en actividades desarrolladas por conjuntos de mercados, enfocados a identificar necesidades hacia los futuros clientes para obtener una satisfacción, consiguiendo de esta manera cubrir las expectativas y mantener a los clientes satisfechos” (Blanco, 2007).

**Calidad.-** “la calidad se relaciona más bien con las exigencias de los consumidores con respecto a la satisfacción de sus necesidades” (Normas ISO 9000, 2015, párr. 4). Las carencias en los productos mal fabricados son de vital importancia y deben ser solucionados de la mejor manera para los productos o servicios, de manera de que lo que reciba el cliente sea aquello buscado por el. Sin embargo el autor Vázquez (2007), define que el termino calidad debe ser comprendido de manera explícita a los gerentes, administradores y funcionarios de la institución para el logro de la satisfacción del cliente, mediante el cumplimiento de los procesos eficaces para que la empresa siga en crecimiento y logre ser competitiva.

**Fiabilidad.-** La fiabilidad se considera como la estabilidad de procesos de medición, al momento de realizar la lectura de un peso en especial cuando no se obtienen los mismos resultados, se considera que las medidas son inconsistentes y poco confiables (Prieto y Delgado, 2010). La insuficiencia de estas medidas puede causar graves consecuencias en el costo del producto o servicio, de esta manera se deberá tener presente que la fiabilidad es indispensable en todo momento para que la empresa pueda seguir en marcha.

**Práctica pre profesional.-** “Son actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos, enfocadas al desarrollo de destrezas y habilidades específicas que un estudiante debe adquirir para un adecuado desempeño en su futura profesión” (Consejo de educación superior, 2013, párr. 2).

**Restaurante Escuela.-** Establecimiento encaminado para que los estudiantes universitarios realicen sus prácticas pre-profesionales para beneficio de su aprendizaje (Universidad de la Sabana, 2017).

**Servicio al cliente.-** Significa todo esfuerzo de atender al comprador y satisfacerlos, si la empresa trata a sus clientes de forma correcta, hace que se sientan como en casa y les trasmite impresión distintiva los clientes valoraran su apoyo, pero si la empresa dispone de tiempo y hace que los consumidores esperen y no se sienten satisfechos con la atención recibida, producirá resultados anémicos que sitúan muy por debajo de las expectativas de la empresa hacia sus clientes (Tcshohl, 2008).

## **Marco legal**

### **Reglamento General a la Ley Turismo**

#### **Capítulo II**

Art. 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: (a) Alojamiento; (b) Servicio de alimentos y bebidas; (c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito; (d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento; (e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y, (f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez

en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

## **Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)**

### **Capítulo II**

Art. 28.- Fuentes complementarias de ingresos y exoneraciones tributarias.- Las instituciones de educación superior públicas podrán crear fuentes complementarias de ingresos para mejorar su capacidad académica, invertir en la investigación, en el otorgamiento de becas y ayudas económicas, en formar doctorados, en programas de posgrado, o inversión en infraestructura, en los términos establecidos en esta Ley. Las instituciones de educación superior públicas gozarán de los beneficios y exoneraciones en materia tributaria y arancelaria, vigentes en la Ley para el resto de instituciones públicas, siempre y cuando esos ingresos sean destinados exclusivamente y de manera comprobada a los servicios antes referidos. Los servicios de asesoría técnica, consultoría y otros que constituyan fuentes de ingreso alternativo para las universidades y escuelas politécnicas, públicas o particulares, podrán llevarse a cabo en la medida en que no se opongan a su carácter institucional sin fines de lucro. El Consejo de Educación Superior regulará por el cumplimiento de esta obligación mediante las regulaciones respectivas.

Art. 39.- Prohibición de competencia desleal.- Las instituciones de Educación Superior que realicen actividades económicas, productivas o comerciales, deberán crear para el efecto personas jurídicas distintas e independientes de la institución educativa. En estas actividades no se beneficiarán de exoneraciones o exenciones tributarias exclusivas de las instituciones educativas, ni utilizarán los servicios gratuitos de sus estudiantes, docentes o personal administrativo. Los servicios o trabajo prestados por estas personas será remunerado de conformidad con las disposiciones legales que corresponden. La relación entre estas actividades comerciales y las prácticas académicas serán reglamentadas por el Consejo de Educación Superior.

Art. 87.- Requisitos previos a la obtención del título.- Como requisito previo a la obtención del título, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad, de conformidad con los lineamientos generales definidos por

el Consejo de Educación Superior. Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

Art. 88.- Servicios a la comunidad.- Para cumplir con la obligatoriedad de los servicios a la comunidad se propenderá beneficiar a sectores rurales y marginados de la población, si la naturaleza de la carrera lo permite, o a prestar servicios en centros de atención gratuita.

### **Ley de la Juventud**

Art. 14.- Políticas de promoción de los derechos a la educación.- Las políticas educativas dirigidas a los y las jóvenes deben tender a los siguientes aspectos: a) Fomentar una educación en valores para el fortalecimiento del ejercicio y respeto de los derechos humanos; una educación cívica que promueva el respeto y la participación en democracia; el cumplimiento de los deberes individuales, familiares y sociales; y, el reconocimiento de la diversidad étnica y cultural; b) Fomentar la comprensión mutua y los ideales de paz, democracia, solidaridad; respeto y tolerancia entre los y las jóvenes; c) Mejorar la educación básica, capacitación técnica, formación artesanal y profesional de los y las jóvenes; d) Prevenir, sancionar y erradicar todas las formas y prácticas de violencia en la educación, e) Prevenir, sancionar y erradicar todas las formas de castigos físicos o psicológicos, o sanciones disciplinarias crueles, inhumanas o degradantes; f) Promocionar y capacitar jóvenes líderes; g) Garantizar el libre funcionamiento de los gobiernos estudiantiles; h) Promocionar becas a todo nivel educativo, priorizando el acceso de las personas de escasos recursos y los grupos vulnerables; i) Promocionar pasantías laborales, en los sectores público y privado, enfocadas en las necesidades de desarrollo del país y la oferta de empleo; j) Promover la investigación, formación y la creación científicas; y, k) Promover que los medios de comunicación emitan mensajes educativos que reconozcan y respeten la diversidad; los derechos y las necesidades de los y las jóvenes.

### **Reglamento de Régimen Académico de Educación Superior**

Art. 94.- Realización de las prácticas pre profesionales.- Las instituciones de educación superior diseñarán, organizarán y evaluarán las correspondientes prácticas pre profesionales para cada carrera. Para el efecto, las IES implementarán programas y proyectos de vinculación con la sociedad, con la participación de sectores productivos,

sociales, ambientales, culturales, actores y organizaciones de la economía popular y solidaria. Estas prácticas se realizarán conforme a las siguientes normas:

1. Las actividades de servicio a la comunidad contempladas en los artículos 87 y 88 de la LOES serán consideradas como prácticas pre profesionales. Para el efecto, se organizarán programas y proyectos académicos que deberán ejecutarse en sectores urbano marginales y rurales. Estas prácticas tendrán una duración mínima de 160 horas del mínimo de 400 horas de prácticas pre profesionales establecidas en el artículo 89 del presente Reglamento, inclusive para la modalidad dual.

2. Todas las prácticas pre profesionales deberán ser planificadas, monitoreadas y evaluadas por un tutor académico de la IES, en coordinación con un responsable de la institución en donde se realizan las prácticas (institución receptora). En la modalidad dual, se establecerá además un tutor de la entidad o institución receptora.

3. Toda práctica pre profesional estará articulada a una asignatura, curso o su equivalente, u otro espacio de integración teórico práctico que permita el acompañamiento y guía de un tutor académico.

El tutor académico de la práctica pre profesional deberá incluir en la planificación las actividades, orientaciones académicas investigativas y los correspondientes métodos de evaluación de las mismas.

4. Para el desarrollo de las prácticas pre profesionales, cada IES establecerá convenios o cartas de compromiso con las contrapartes públicas o privadas. Como parte de la ejecución de los mismos deberá diseñarse y desarrollarse un plan de actividades académicas del estudiante en la institución receptora.

5. En caso de incumplimiento de compromisos por parte de la institución o comunidad receptora, o del plan de actividades del estudiante, la institución de educación superior deberá reubicarlo inmediatamente en otro lugar de prácticas.

6. Las IES podrán organizar instancias institucionales para la coordinación de los programas de vinculación con la sociedad y las prácticas pre profesionales, en una o varias carreras.

7. En el convenio específico con la institución o comunidad receptora, deberá establecerse la naturaleza de la relación jurídica que ésta tendrá con el estudiante:

a. Si es únicamente de formación académica, se excluye el pago de un estipendio mensual y de ser necesario se utilizará un seguro estudiantil por riesgos laborales,

b. Sí se acuerda, además de la formación académica, el pago de un estipendio mensual, se considerará una pasantía, ésta se registrará por la normativa pertinente e incluirá la afiliación del estudiante al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

c. En el caso de las carreras de tercer nivel o de grado de medicina humana y otras carreras que tengan internado rotativo éste se considerará como prácticas pre-profesional es cuya carga académica podrá estar o no dentro de la malla curricular, en el caso de que estas horas no estén contempladas en la malla curricular, se considerarán un requisito de graduación.

## **Capítulo 2**

### **Metodología de la investigación**

#### **Enfoque**

La metodología de investigación está enfocada al estudio mixto debido a que dispone de recolección de datos numéricos para comprobar presunciones e implantar esquemas de conducta, además, recolecta datos cualitativos para recabar incógnitas de exploración y consigue o no comprobar hipótesis (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Se utilizaron instrumentos como encuestas, debido a que las prácticas pre-profesionales son de gran relevancia en el ciclo universitario y los campos específicos para realizarlos son escasos y se debe saber si los estudiantes están interesados en un establecimiento dedicado a esto y que además aporte con conocimientos del mismo.

También se efectuaron encuestas a los diferentes tipos de consumidores, porque mediante el análisis de sus respuestas se pudo conocer si el restaurante escuela cumpliría con las expectativas de los interesados en consumir en el restaurante escuela. También se realizaron entrevistas a varios funcionarios de la institución, con el fin de conocer su criterio acerca de las gestiones que se dieron para la realización del proyecto.

#### **Método**

Mediante el método deductivo aplicado a la investigación se determinará la posibilidad de diseñar la propuesta para el restaurante escuela puesto que este método es el más apropiado. De acuerdo con Bernal (2010, p. 59) expresó:

Método deductivo es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Se selecciona esta metodología, debido a que nace de un problema general que ha propagado con el tiempo y no se ha dado solución, convenientemente se quiere implementar la propuesta ya mencionada anteriormente.

## **Tipo de investigación**

El tipo de investigación es la investigación de campo y documental. Se aplicó la investigación de campo debido a que se realizó la recolección de datos por medio de encuestas a los educandos, a los consumidores potenciales del restaurante y entrevistas a las autoridades de la Universidad Católica involucrados en la gestión de este proyecto.

En relación a la investigación de campo, Barrios (2006) concluyó que:

La investigación de Campo, es el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo (p. 9).

Esta técnica de investigación ayuda a conocer la situación actual de los educandos y además a definir los perfiles de los estudiantes que estén interesados en realizar estas prácticas. Según el autor Palella y Martins (2010) definieron que la investigación documental es explícitamente la compilación de información por varias fuentes, investiga sobre temas en archivos académicos u orales, un ejemplo claro son los trabajos de historia .Se seleccionó la técnica documental debido a que se recolectó la información académica y jurídica de documentos bibliográficos concernientes a la investigación que ayudaron a las conclusiones del mismo.

## **Diseño de la investigación**

Hernández et al. (2014) concluyeron que “la investigación no experimental es "Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos" (p. 149). puesto que se basará en la observación de las diferentes eventualidades que acontezcan, limitándose a aquello y por lo tanto no interfiriendo en ellos.

## **Universo – Población de estudio**

Según Saavedra (2008), el universo o población “es el conjunto de población producido por la investigación” (p. 45). Por lo que se lo identifica como el grupo total de personas u objetos que se consideran durante la investigación en el caso particular de este

proyecto se ha estudiado a dos sectores de la población distintas: los estudiantes para quienes se ha diseñado esta propuesta en relación a sus prácticas, y los consumidores potenciales del restaurante, dado que la propuesta se orienta en crear un restaurante sin fines de lucro, pero que a la vez genera ingresos por las ventas de sus alimentos mientras sirve de espacio para que los estudiantes realicen sus prácticas, por lo tanto, es necesario conocer la aceptación del mismo en el mercado.

Para el efecto se consideró como Población uno a los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo de la UCSG, que al semestre A 2017 se encuentran legamente matriculados desde IV hasta VIII ciclo, en cuanto se estima que los alumnos que están cursando estos semestres tienen noción de el procedimiento de las practicas, considerando que la encuesta se realizó a inicios de semestre no se consideró a III ciclo porque los alumnos que cursan ese semestre recién estaban en proceso de recibir la materia y podrían no ser aún idóneos para responder a las preguntas de la encuesta. El total de los estudiantes que cursan estos ciclos es igual a 184, cifra sobre la cual se basará el estudio, ya que dichos estudiantes son aquellos que ya han cursado al menos una de las materias de prácticas. La Población dos corresponde a la población de la ciudad de Guayaquil que según datos de Ecuador en cifras (INEC, 2010) es de 2.350.915.

### **Muestra**

Según Bernal (2010) expresó que “la muestra es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el estudio y sobre la cual se efectuará la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p. 161). En el caso de este proyecto se tomarán en cuenta dos cálculos de la muestra, ya que es necesario evaluar los dos tipos de universo mencionados. Con los estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo se utilizará la siguiente fórmula equivalente al cálculo de muestra con una población finita ya que el número de la población es relativamente pequeño:

Z: Nivel de confianza	1.96
N: Población-Censo	184 estudiantes
P: Probabilidad a favor	50%
q: probabilidad en contra (1-p)	50%
e: error de estimación	5%

n: tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{NE^2 + Z^2 * p * q}$$
$$n = \frac{(1.95^2)(0.50)(0.50)(184)}{(184 * 0.05^2) + (0.5 * 0.5 * 1.95^2)}$$

n= 125 personas a encuestar

El total de estudiantes a encuestar es de 125, y el motivo por el que no se analizó todo el universo, si bien era reducido fue porque hay la posibilidad de que estudiantes que estén registrados en las materias hayan podido resciliar las mismas, sin dar conocimiento a la carrera de manera que se dificultaría el proceso. Las encuestas fueron realizadas en las aulas de estudio de los diferentes ciclos durante los días 18, 19 y 20 de julio del 2017, con la autorización para entrar a las clases de los siguientes profesores: Lcda. Karla Ramírez Iñiguez, Ing. Said Diez Farhat, Ing. Gerson Sopo Montero, Lcda. Mirtha Mora, Lcdo. Walter Rodríguez Aroca, Lcda. Elsie Zerda, de manera de agilizar el proceso en cuanto se encuestaban varios estudiantes a la vez.

Adicionalmente se calculó una segunda muestra para la población que representa a los habitantes de la ciudad de Guayaquil, para esto se utilizó la siguiente fórmula ya que se considera población infinita puesto que el universo de estudio es demasiado alto:

n: número de elementos de la muestra	2'350.915
Z: nivel de confianza	1.95
p: probabilidad de éxito	0.50
q: probabilidad de fracaso	0.50
e: margen de error	5%

$$n = \frac{(1.95^2)(0.5)(0.5)}{0.05^2}$$
$$n = \frac{(3.8025)(0.25)}{0.0025}$$
$$n = \frac{0.9506}{0.0025}$$

n= 380 personas a encuestar

En base a que la población infinita se obtuvo como resultado de la muestra un total de 380 personas para ser encuestadas.

## **Técnicas de recolección de datos**

Según Bernal (2010, p. 194) expresó que: La encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

Según Morga (2012) “La entrevista es el medio más comúnmente utilizado por las disciplinas humanas y de la salud para obtener información; varía mucho de disciplina en disciplina” (p.11). Las técnicas utilizadas se basan en las encuestas y entrevistas, las mismas que determinan la necesidad de encontrar una solución al inconveniente que representa no tener un lugar donde desarrollar las practicas pre-profesionales.

### **Capítulo 3**

#### **Estudio de mercado**

#### **Análisis basado en las Cinco Fuerzas de Porter**

Las cinco fuerzas de Porter son un instrumento para administrar creado por el estudioso con el fin de verificar una empresa a través de los puntos que serán descritos a continuación (Porter, 2010).

#### **Amenaza de entrada**

De acuerdo con Porter (2010) “los nuevos aspirantes al entrar en una industria aportan con una nueva capacidad y un deseo de obtener una cuota de mercado, que ejerce presión en los precios, los costes y el índice de inversión necesaria para competir” (p. 37). Los competidores principales se evidencian como las diferentes entidades de educación superior que brinden la carrera de Hotelería y Turismo o gastronomía, los mismos que podrían abrir establecimientos de restauración donde sus estudiantes realicen sus prácticas y su comida este de venta al público, como la FACSO, ESPOL, UEES, ECOTEC.

#### **Rivalidad entre los competidores existentes**

Según Porter (2010) determinó que:

La rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de privacidad y mejoras en el servicio. Una rivalidad elevada limita el rendimiento de una industria” (p. 48).

Dentro y en los alrededores de la ciudad de Guayaquil se encuentran numerosos establecimientos que ofrecen el servicio gastronómico y que tienen como fin común satisfacer la necesidad de alimentación de los comensales, entre estos establecimientos se encuentran la Parrillada del Ñato localizada en la misma vía donde se plantea ubicar el restaurante; Chilis, Pollo el Hornero y Kawka también son establecimientos que se encuentran en los alrededores, los mismos que establecen un alto riesgo en cuanto a competitividad para el restaurante escuela por su posicionamiento y tiempo en el mercado.

## **La amenaza de los sustitutos**

Porter indicó que: “Un sustitutivo realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera. La videoconferencia es un sustitutivo del viaje. A veces, la amenaza de un producto sustitutivo o es tan visible o directa cuando un sustitutivo ocupa el producto de la industria del comprador” (2010, p. 47). En base a la oferta gastronómica que tiene Guayaquil se podría evidenciar como productos sustitutos lugares como “Oki Doki”, minimarkets en las gasolineras, las mismas que ofrecen servicio de gastronomía a precios más económicos, como ejemplo es el punto de venta de la gasolinera Primax de ceibos, que se encuentra relativamente cerca de vía a la costa.

## **La influencia de los proveedores**

“Los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria” (Porter, 2010, p. 43). El poder de negociación de los proveedores se considera bajo en cuanto Guayaquil es una ciudad que cuenta con varios proveedores de materia prima en cuanto alimentación, un ejemplo de ello son los diferentes mercados de la ciudad, donde se pueden obtener sobre todo los vegetales y frutas, sin embargo se considera como proveedor principal la carrera de Agronomía de la Universidad Católica, quienes ofrecen el producto de cosecha de sus plantaciones (sobre todo vegetales); adicional se cuenta con La Española que brinda alta calidad en cuanto a carnes, la empresa Coca-Cola que es una compañía capaz de ofrecer una variedad en gaseosas, agua, etc.

Uno de los procesos contemplados en la formación de los estudiantes es la evaluación de los proveedores, analizando las cualidades que los caracterizan para formar un equipo de élite que entregue el producto siempre a tiempo, con materia prima de alta calidad y a buen precio, además de que estén localizados en la ciudad de Guayaquil para brindar asistencia en casos de imprevistos, aunque se planea instruir el personal fijo y provisional para realizar el proceso de compras, que debe cumplir estándares previamente identificados, reduciendo el porcentaje de errores e imprevistos.

## **La influencia de los compradores**

“Los clientes influyentes, la otra cara de los proveedores influyentes pueden acaparar más valor al forzar los precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrenando en general a los distintos participantes en una industria” (Porter, 2010, p. 44). Los precios que se han considerado son menores al rango que ofrece el mercado en restaurantes similares, esto porque se considera como parte del personal a “estudiantes en entrenamiento o capacitación”, lo cual ahorra costos salariales, sin embargo existirán platos que varíen sus precios sean similares o superiores, de acuerdo al valor y la demanda de los platillos especiales a considerar. En conclusión, se considera que el poder que ejercen los compradores en este proyecto es alto ya que se contempla personal en proceso de aprendizaje, lo mismo que podría, inicialmente, limitar las expectativas del cliente.

## **Análisis de Macro entorno**

### **Factor Político**

Según Flores (2014) la inestabilidad política comenzó en el año 1995 cuando Alberto Alberto Dahik fue relevado de su puesto por mala administración de gastos que afectó mucho la economía del país en esa época, prontamente llegan nuevos presidentes que continúan con la inestabilidad como el presidente Sixto Duran Ballén, Abdala Bucarán que fue destituido y declarado incapaz mental para el cargo, Jamil Mahuad que continúa con la inestabilidad y declara al país en crisis, esto fue motivo para cambiar del sucre al dólar.

También menciona el mismo autor, que el periodo más largo ha sido el de Rafael Correa (2007-2017) uno de las metas principales ha sido el socialismo y se reconoce durante su gobierno hubo una reducción de pobreza hasta el 2014, en este periodo es donde se realizaron varios cambios en reformas sobre el cambio de pasantías, creación de Secretaría de Ciencia y Tecnología (Senescyt), cambios en los reglamentos en el alojamiento turístico y cambios de requisitos para los establecimientos de alimentos y bebidas. En los años consecuentes se redujo la inversión privada en el país dando paso a un elevado gasto público que hasta la actualidad deja un gran déficit financiero en el país. Por lo que se conjetura que el gobierno actual del presidente Lenin Moreno estará forzado

a tomar serias decisiones en su mandato para reducir el déficit fiscal y lograr bajar el costo de vida.

### **Factor Económico**

En el 2015 del Banco Interamericano de Desarrollo fue del que se obtuvo mayores préstamos en el país llegando a montos de hasta 1490 millones de dólares, luego continúa la Corporación Andina de Fomento con 759,3 millones de dólares, debido a que el Ecuador ha recibido préstamos de la República Popular de China. Desde antes que en el país se realizaran préstamos monetarios fuertes, ya existía una deuda externa que actualmente fluctúa entre 32,752 millones de dólares. El patrimonio adquirido a través de los préstamos ayudan al gobierno a cubrir algunos gastos, pero según el análisis de Jaime Carrera el continuar endeudándose con intereses altos y poca facilidad de pago forjaría que la economía del país entre en crisis.

En el 2014, El Ministerio de Turismo a través del Programa Progresar de la CFN, amplía el crédito a emprendedores del sector turístico, en el marco del cambio de la matriz productiva (Ministerio de Turismo, 2014, párr.1). Con el objetivo generar más crédito a los emprendedores ecuatorianos e incentivar la matriz productiva, generando divisas y promover la producción nacional.

“El Producto Interno Bruto (PIB) equivale a 27,5%” (INEC, 2017.).Según lo documentado, si bien es cierto, el país atraviesa fuertes deudas externas por mal manejo de los recursos económicos, también se espera que con la finalización del periodo presidencial de Rafael Correa (ex Presidente) y con el nuevo gobierno a disposición, se aguarda solventar estas deudas a largo plazo, mediante nuevas formas de productividad en el país.

Según el INEC (2017), la canasta básica es de \$701.9 dólares, tomando en cuenta que la familia recibe ingresos semejantes al sueldo básico unificado que se multiplica por 1.6 perceptores de remuneración y esto llegaría a 700 dólares, es la primera vez que los ingresos familiares son menores a la canasta básica.

**INGRESO FAMILIAR DISPONIBLE DEL MES  
(1,60 PERCEPTORES DE LA REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFICADA)**

**MAYO - 2017**

Remuneración Básica Unificada 1/.	\$ 375,00
Ingreso Total Mínimo	\$ 375,00
1/12 Décimo Tercera Remuneración	\$ 31,25
1/12 Décimo Cuarta Remuneración 2/.	\$ 31,25
<hr/>	
Ingreso Mínimo Mensual Total de un Perceptor	\$ 437,50
Ingreso familiar mensual de 1,60 perceptores de la remuneración sectorial unificada.	\$ 700,00
<hr/>	

1/. El Salario Básico Unificado para los trabajadores en general se incrementa a partir del 1° de enero de 2017, según Acuerdo del Ministerio del Trabajo Nro. MDT-2016-0300 del 28 de diciembre de 2016; publicado en Registro Oficial Primer Suplemento Nro. 919 de fecha 10 de enero de 2017.

2/. Décimo Cuarta Remuneración. Registro oficial No. 117 de julio de 2013. Ley Reformatoria del Artículo 113 de Código de Trabajo.

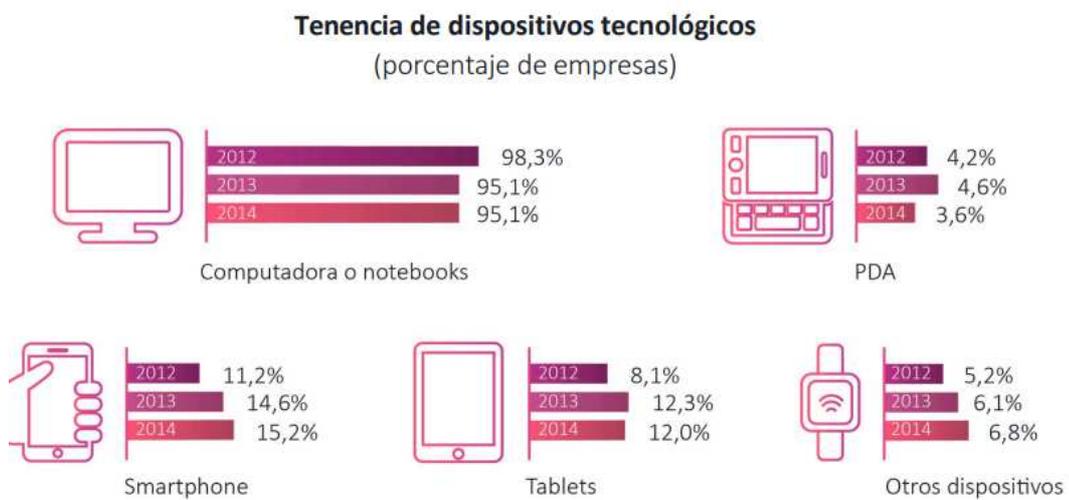
*Figura 2* .Cálculo del ingreso familiar disponible del mes de mayo 2017. Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos- Índice de precio al consumidor, por Ecuador en Cifras (INEC), 2017, recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/canastas/Canastas\\_2017/Mayo-2017/1.%20Informe\\_Ejecutivo\\_Canastas\\_Analiticas\\_may2017.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/canastas/Canastas_2017/Mayo-2017/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_may2017.pdf)

Según el INEC (2017) comunica que la inflación “en Enero de 2016 se ubicó en 0,31% y en enero de 2017 bajó a 0,09%.” párr.2. De la misma manera el docente Santiago García de la Universidad Central del Ecuador, exterioriza que la inflación está bajo control debido a la dolarización. “Cuando uno ve y trata de identificar los principales beneficios de la dolarización precisamente está aquí: el haber permitido un nivel de precios súper bajos, bastante bajos de lo que Ecuador era en los años 80 y 90”, dijo (García, 2017, citado por Ecuavisa, 2017, párr.1).

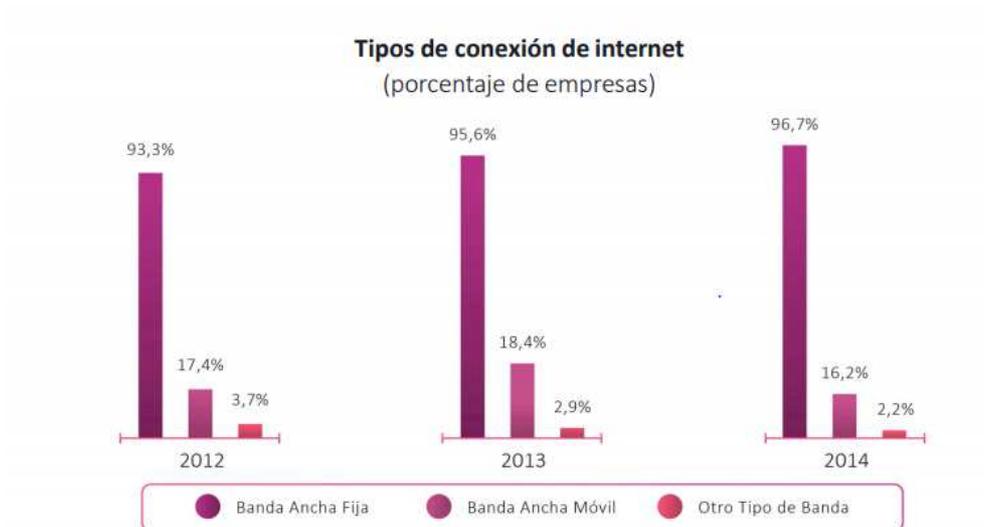
Para el Banco Central del Ecuador (2017), la tasa activa de crédito referencial es de 7.72%, con una tasa pasiva de 4.80%, considerando estos niveles muy buenos, y así los créditos sean atractivos ante el sector productor y sirvan de plataforma para activar las inversiones que darán impulso al proceso productivo en el país.

## Factor Tecnológico

La tecnología con el tiempo se ha incrementado en cantidades magnas, los dispositivos tecnológicos son indispensables para cubrir las necesidades de un trabajo habitual, y según el INEC (2014, p.42) “El dispositivo con el que más cuentan las empresas de servicios corresponde a computadoras y/o notebooks. El 95,1% cuenta al menos con un equipo de este tipo en el año 2014. Las empresas pueden disponer varios tipos de dispositivos, es decir, las respuestas no son excluyentes. Otros dispositivos comprenden proyectores, impresoras”.



*Figura 3.* tendencia de dispositivos tecnológicos 2012-2014. Tomado de: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2014), por Ecuador en Cifras (INEC), 2014, recuperado [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2012-2014\\_PRESENTACION\\_TIC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf)



*Figura 4.* Tipos de conexión de internet 2012-2014 Tomado de: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU, por Ecuador en Cifras, 2014. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2012-2014\\_PRESENTACION\\_TIC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf)

Según los datos del (INEC, 2014) “La banda ancha fija es el principal tipo de conexión utilizado por las empresas de servicios con acceso a internet; 96,7% de ellas utilizaron este tipo de conexión en el 2014. Las empresas pueden disponer varios tipos de banda, es decir, las respuestas no son excluyentes. Otro tipo de banda comprende banda estrecha (p. 45)

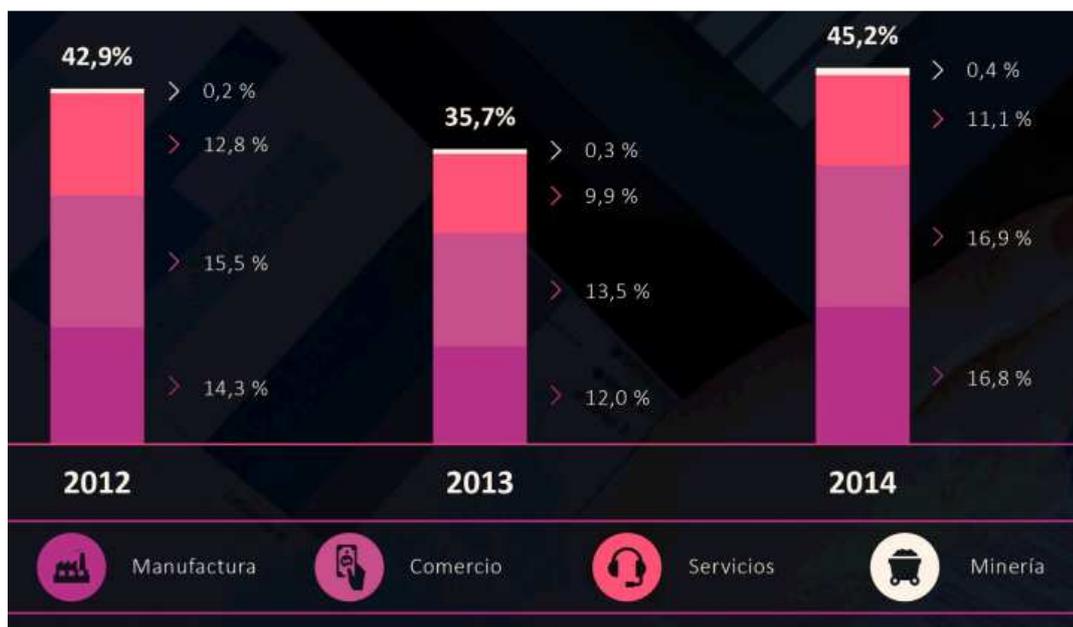


Figura 5. Porcentaje de empresas que realizan inversión en TIC, según sector económico 2012-2014. Tomado de: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2014). Por Ecuador en Cifras, 2014. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2012-2014\\_PRESENTACION\\_TIC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf)

“En el año 2014, el 45,2% de las empresas investigadas invierten en Tecnologías de la Información y Comunicación. La Inversión en TIC, se refiere a los desembolsos realizados por concepto de: compra de los dispositivos físicos, software o aplicaciones informáticas que funcionan sobre estos equipos y similares” (INEC, 2016, p.12). Esto significa que las empresas están invirtiendo en softwares aplicados para su actividad, en el cual optimizan sus recursos.

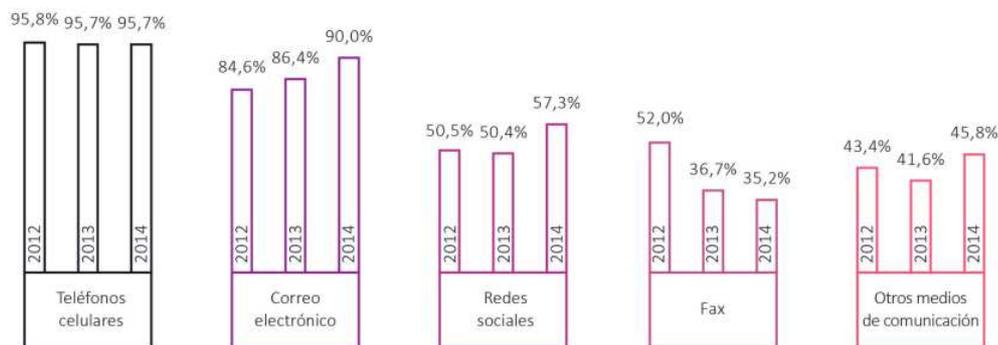
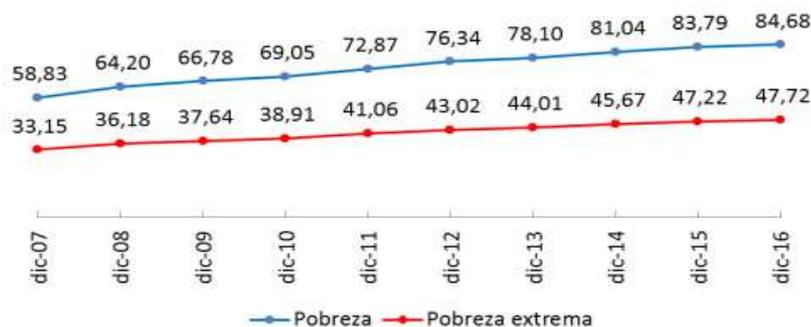


Figura 6. Utilización de medios de comunicación 2012-2014. Tomado de: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2014). Por Ecuador en Cifras, 2014. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2012-2014\\_PRESENTACION\\_TIC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf)

Según el INEC (2014, p. 48) “Los teléfonos celulares y correo electrónico son los principales medios que utilizaron las empresas de servicios para comunicarse en el año 2014. Las empresas pueden disponer varios medios de comunicación, es decir, las respuestas no son excluyentes. Otros medios de comunicación comprende mensajería especializada, call center y otros”.

## Factor Social

Según el INEC (2016) “En diciembre de 2016 la línea de pobreza se ubicó en US\$ 84,68 mensuales por persona, mientras que la línea de pobreza extrema en US\$ 47,72 mensuales per cápita” (p.4). A este paso el nivel de incidencia de pobreza extrema no ha aumentado puntos porcentuales en los dos últimos años, mientras que la pobreza si ha incrementado un punto porcentual que estadísticamente no es significativo.



Fuente: ENEMDU

Nota (1): Los datos se encuentran expresados en dólares mensuales corrientes.

Figura 7. Evolución nominal de líneas de pobreza y pobreza extrema. Tomado de reporte de pobreza y desigualdad – ENEMDU (2012 - 2016). Por Ecuador en Cifras, 2016. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Diciembre\\_2016/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad-dic16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Diciembre_2016/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad-dic16.pdf)

La tasa de analfabetismo según el Ministerio de Educación (2015) ha disminuido notablemente desde el año 2011 como lo muestra la figura 8a continuación. “En diciembre del 2014 la tasa de analfabetismo fue del 5,8 %, cerca de un punto menos en relación al año anterior; se observa que año tras año disminuye notoriamente” (p.20). Actualmente el Ministerio de Educación tiene programas como educación para jóvenes y adultos, para disminuir la tasa de analfabetismo en el país.

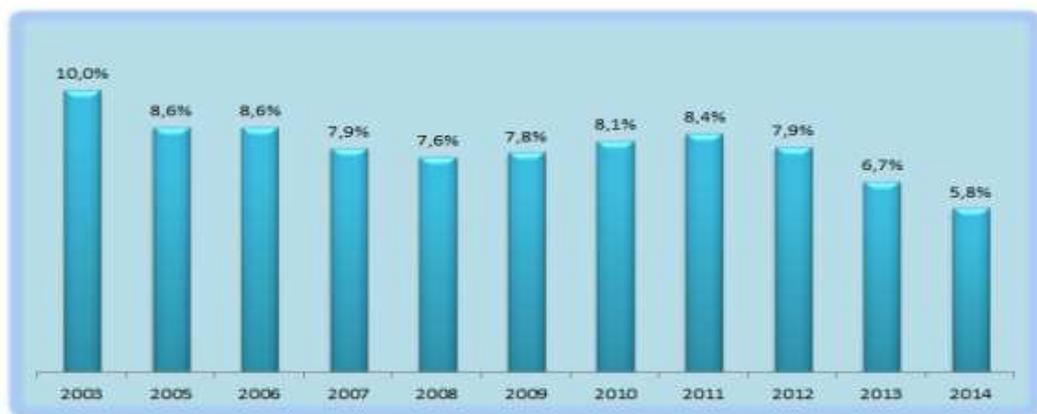


Figura 8. Tasa de Analfabetismo Nacional. Tomado de: Estadística Educativa Vol 1, por Ministerio de Educación, 2015. Recuperado de [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB\\_EstadisticaEducativaVol1\\_mar2015.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB_EstadisticaEducativaVol1_mar2015.pdf)

Según el INEC (2017) “En marzo 2017, la tasa de empleo global se ubicó en 96,4% para los hombres y el 94,5% para las mujeres La tasa de empleo Adecuado/Pleno para los hombres es 15,8 puntos porcentual mayor que de las mujeres. Esta diferencia si es estadísticamente significativa” (p.39).

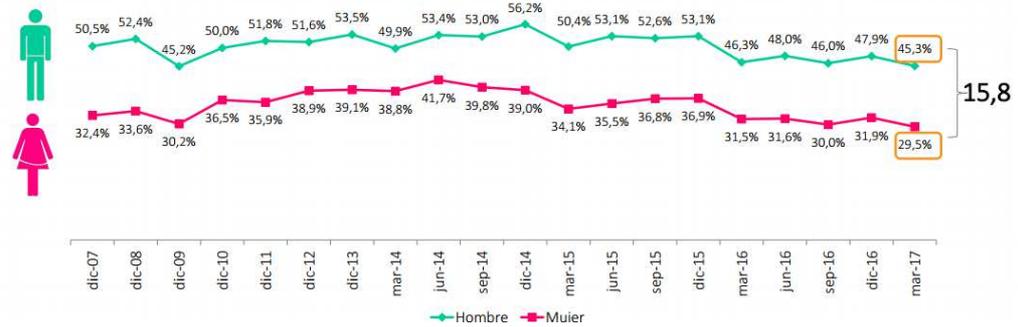


Figura 9. Población con empleo por sexo. Tomado de: Ecuador en cifras, por INEC, 2017, recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017\\_Presentacion\\_M.Laboral.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf)

## Factor Ambiental

En los últimos años se ha dado mucha importancia al cuidado del medio ambiente, ya que, debido al considerable crecimiento del daño en el ecosistema, cada vez son más las organizaciones y grupos a favor de la protección del mismo para crear más conciencia ambiental en las personas. El gobierno ecuatoriano a través del Ministerio del Ambiente ha establecido leyes y normas que ayudan a regular en cierto modo el entorno ambiental. El Ministerio del Medio Ambiente fue creado por el ex presidente Abdala Bucarám el 4 de octubre de 1996 (MAE, 2012). Cuya finalidad es garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, para que Ecuador sea un país ecologista en donde sea sustentable la biodiversidad.

El compromiso que se ha infundido la empresa pública para cuidar el medio ambiente está dando resultados en los diferentes establecimientos o centro de recreación, debido que han cambiado su modalidad de clasificar sus desechos y así crear conciencia ambiental, esto se ha propagado, dando como resultado un cambio positivo en las personas.

Preservar el medio ambiente en Ecuador es una de las metas más significativas para el turismo, por este motivo el Ministerio del Medio Ambiente (2012):

Crea el programa nacional para la gestión integral de desechos sólidos (PNGIDS), con el objetivo primordial de impulsar la gestión de los residuos sólidos en los municipios del Ecuador, con un enfoque integral y sostenible; con la finalidad de disminuir la contaminación ambiental, mejorando la calidad de vida de los ciudadanos e impulsando la conservación de los ecosistemas (Párr. 4).

El objetivo de implementar el programa, es que el Restaurante Escuela infunda conciencia y contribuya con el medio ambiente para no continuar con el aumento de profanación ambiental, el proyecto tiene como finalidad contribuir la minimización del impacto ambiental causado por la mala dirección de los residuos sólidos. En el plan ya mencionado se establecieron metas basadas que se enfocaron en la reducción y aprovechamiento de residuos, en el 2014 se dieron a conocer los resultados alcanzados y Ecuador cuenta con 20.000 recicladores, de los cuales el 70% son mujeres.

A continuación se muestra la normativa que establece la ordenanza Municipal para la eliminación de los desperdicios.

Tabla 6

*Ordenanza que norma el manejo de los desechos sólidos no peligrosos*

PRESENTACION DE DESECHOS SOLIDOS PARA LA RECOLECCION	
Fundas plásticas	deberán almacenar un peso no mayor a 15 kg
Trampa de grasas	en caso de restaurantes, comedores o establecimientos afines el espesor máximo de la funda deberá ser de 1,5 milésimas de pulgadas y de color verde
recipientes retornables	Para el servicio ordinario deberán ser lavados por el usuario con frecuencia para que sean presentados en condiciones sanitarias adecuadas.
desechos solidos	deberán estar en fundas impermeables
los contenedores de basura	deben ser utilizados en para almacenar desechos solidos
Obligación de almacenar los desechos sólidos no peligrosos en depósito frio	Los hoteles y restaurantes, supermercados, empacadoras y todo tipo de establecimiento que generen desechos sólidos no peligrosos, fácilmente degradables o putrefactibles deberán tener un deposito frio independiente de cualquier otro sistema de enfriamiento.
transporte de desechos sólidos	El material antes de ser colocado en las volquetas a fines deber haber escurrido el agua antes de colocarlo en el transporte para evitar problemas operativos en el relleno sanitario y disminuir la calidad de líquido en las calles

## **Oferta de mercado**

Según Fisher y Espejo (2011) la oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado" (p. 243). Guayaquil es una de las ciudades con grandes ofertas en el área de gastronomía, se registra un sinnúmero de establecimientos que se dedican a la preparación y venta de comida, adicional se encuentran diversos rangos de precios para cada nivel socioeconómico.

En la vía a la costa se encuentran varios establecimientos de alimentos y bebidas para todos los tipos de clientes ofreciendo diferentes tipos de comida, como platos a la carta o almuerzos del día. Entre los más populares están: (a) Carl's Junior, (b) Café de Tere, (c) Parrillada del ñato, (d) Burger King, (e) Pez Azul. Si bien es cierto el sector de vía a la costa ha incrementado sus plazas para la recreación por ende estos últimos años diversos restaurantes se han trasladado para esa zona, Siendo vía a la costa una zona residencial privada ha tenido un gran auge de comensales provenientes del mismo sector y lugares cercanos. El horario de atención de la mayoría de restaurantes varía entre las 07:00-12:00 hasta las 16:00-23:00, La gran parte de ellos ofrecen platillos a la carta y en algunos casos almuerzos con precios medio elevados. Si bien existen diversos establecimientos de comida, ningún restaurante admite con facilidad a los estudiantes para la realización de prácticas pre profesionales o cumplen con la aportación de enseñanzas necesarias para la formación de los alumnos, motivo por el cual se implementará el restaurante escuela UCSG para la carrera Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, para brindar beneficio y aporte de conocimientos hacia los estudiantes de dicha carrera.

## **Demanda del mercado**

De acuerdo con Samuelson y Nordhaus (2005) dijeron que "la demanda la constituyen todos los consumidores, los cuales distribuyen sus votos monetarios entre todos los productos y servicios disponibles en el mercado" (p. 58). La demanda puede darse a cualquier tipo de clientes en general, debido a que el restaurante es para todos los prototipos de edades, ya que el enfoque principal es que personas capacitadas brinden un servicio de primera a los clientes. El restaurante escuela busca aportar experiencia que

esté ligada a los conocimientos de los estudiantes y a su vez satisfacer a los comensales con sus platos de comida, es una propuesta interesante para la carrera y a su vez beneficiaria al sector estudiantil.

## Resultados de la encuesta para estudiantes

### 1) ¿Seleccione su materia de prácticas pre-profesionales?

Tabla 7

*Niveles de prácticas pre profesionales*

<b>Practicas Pre-profesionales</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>Total</b>
Alumnos	51	45	29	125
Porcentajes	41%	36%	23%	100%

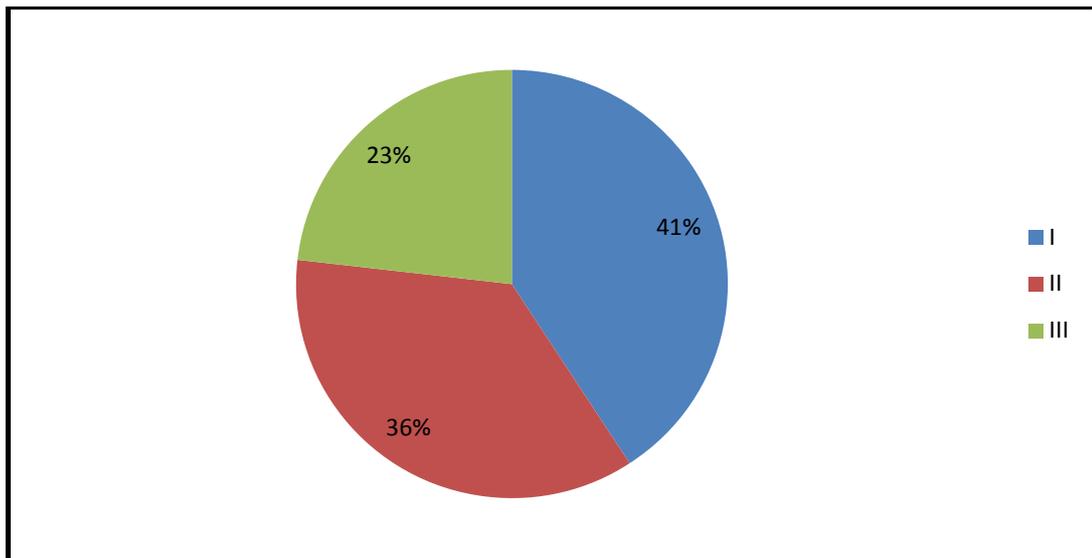


Figura 10. Número de estudiantes encuestados de cada nivel de prácticas pre-profesionales.

Según los datos obtenidos por la encuesta el 41% de los estudiantes están recibiendo la materia de prácticas pre profesionales I mientras el 23% reciben la materia de prácticas III. Es importante notar que la diferencia entre el número de estudiantes radica por la cantidad de inscritos en cada una, se consideraron todos los estudiantes que hayan cursado al menos una de las prácticas obligatorias, ya que cuentan con experiencia para poder evaluar los lugares donde las han realizado ya que posteriormente llegarán a la materia de prácticas pre-profesionales III.

## 2) ¿Qué ciclo se encuentra cursando actualmente?

Tabla 8

*Ciclo que se encuentra cursando el estudiante*

Ciclo	IV	V	VI	VII	VIII	Total
Alumnos	20	21	34	19	31	125
Porcentajes	16%	17%	27%	15%	25%	100%

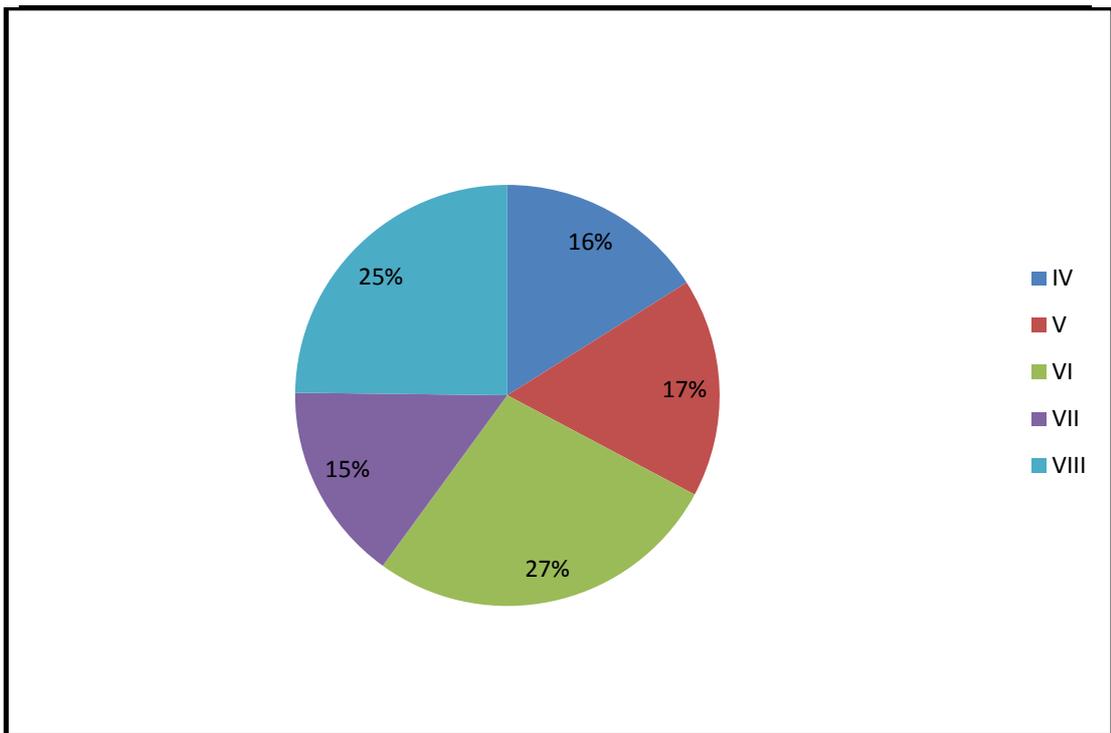


Figura 11. Porcentaje de los ciclos cursando por los estudiantes

Según los datos obtenidos por la encuesta el 27% de los estudiantes se encuentran cursando VI ciclo, seguido del 25% que están en octavo ciclo, los mismos que están recibiendo la materia de prácticas pre-profesionales III.

### 3) ¿Actualmente tiene un lugar asignado para realizar sus Prácticas?

Tabla 9

*Estudiantes que tienen un lugar asignado para realizar sus prácticas*

Lugar asignado para practicas	Si	No	Total
Alumnos	62	63	125
Porcentajes	49,6%	50,4%	100%

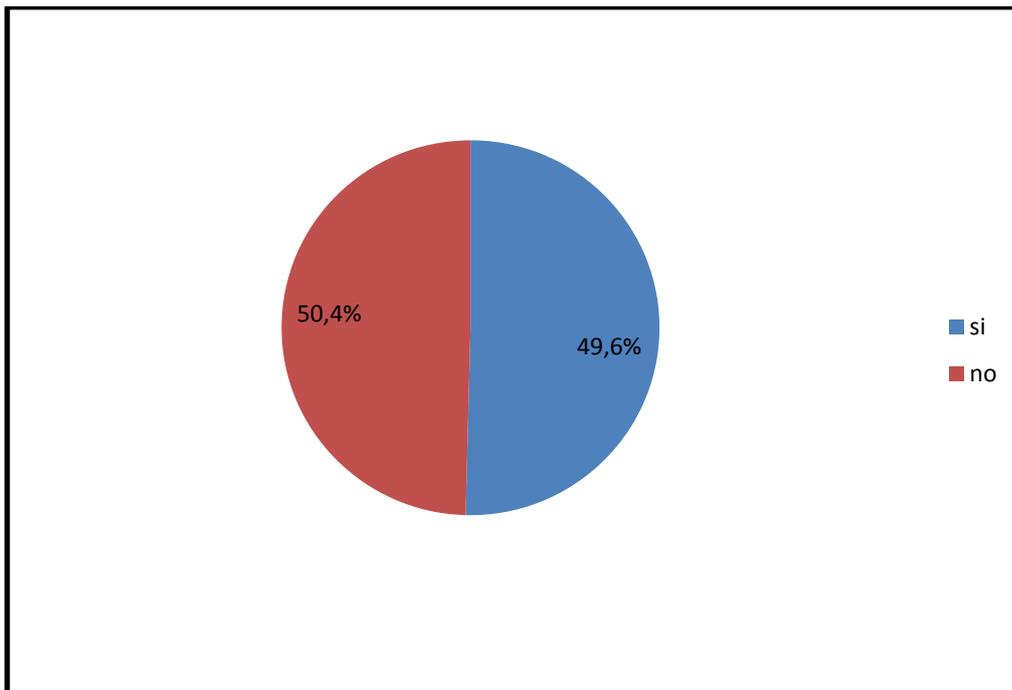


Figura 12. Porcentaje de los estudiantes que tienen asignado un lugar de prácticas

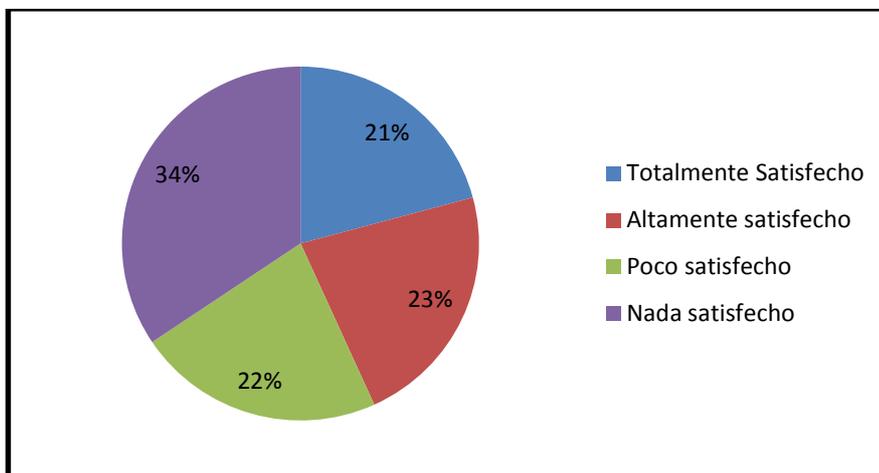
Según los datos obtenidos por la encuesta la mitad de los estudiantes ya tienen asignado un lugar de prácticas, mientras que el resto no lo tiene, cabe recalcar que las encuestas fueron realizadas a mediados del semestre y se tiene oportunidad de culminar las horas de prácticas incluso durante las vacaciones, con un acuerdo firmado y pre-aprobado por el profesor correspondiente.

**4) En caso de tener un lugar asignado ¿Qué tan satisfecho se siente con lugar asignado?**

Tabla 10

*Grado de satisfacción con el lugar asignado de prácticas pre-profesionales*

Opciones	Personas	Porcentaje
Totalmente satisfecho	26	21%
Altamente satisfecho	28	23%
Poco satisfecho	28	22%
Nada satisfecho	43	34%
Total	125	100%



*Figura 13.* Porcentaje de los estudiantes que se sienten satisfechos con el lugar asignado para sus prácticas pre-profesionales.

Según los datos obtenidos por la encuesta el 34% de los estudiantes se encuentran insatisfechos con el lugar asignado para prácticas, el 22% poco satisfecho y el restante 44% se encuentran alta y totalmente satisfechos. El alto índice de insatisfacción (56%) se debe a que en los lugares donde están asignados tienen dificultades con los horarios de trabajo y estudios, lo que complica el desarrollo de ambas actividades, además de que la mayoría de establecimientos donde se puede realizar las practicas no cuentan con un proceso de formación y dedicación para que el estudiante continúe su proceso de aprendizaje.

**5) Su tutor de la materia de prácticas, ¿Le ha proporcionado conocimiento teórico/científico adicional para el desarrollo de sus actividades en la empresa?**

Tabla 11

*Conocimientos adicionales proporcionados por el tutor para el desempeño de las actividades en la empresa*

Opciones	Si	No	Total
Alumnos	38	87	125
Porcentajes	30%	70%	100%

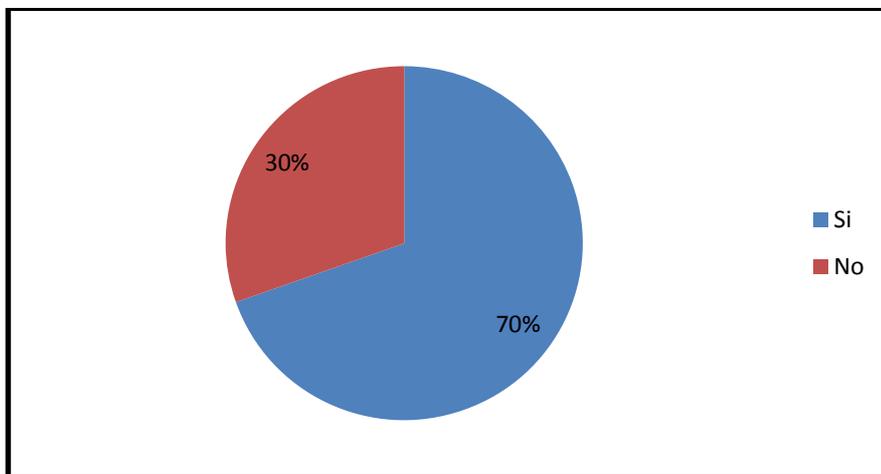


Figura 14. Porcentaje de los estudiantes que recibieron conocimiento adicional para realizar las prácticas.

Según los datos de la encuesta al 70% de los estudiantes no se le ha proporcionado conocimiento adicional por parte de su tutor de prácticas para realizar las pasantías, durante la carrera se realizan tres tipos de prácticas entre ellas se encuentran las turísticas, las sociales y las hoteleras, en ocasiones pueden existir dudas acerca de la labor a realizar en las diferentes áreas, ya que por ejemplo las prácticas sociales se pueden realizar en fundaciones, organizaciones sin fines de lucro, ayudando a la comunidad, por lo que hasta que no se haya asignado el lugar se dificulta brindar la información exacta acerca de las actividades a realizar.

**6) ¿Cree usted necesario contar con un programa de prácticas que le permita rotar en diversas áreas durante su periodo de prácticas?**

Tabla 12

*Preferencia de rotación por áreas en su periodo de prácticas*

Opciones	Personas	Porcentaje
Muchas áreas	86	69%
Pocas áreas	30	24%
No es necesario	4	3%
Una sola área	5	4%
Total	125	100%

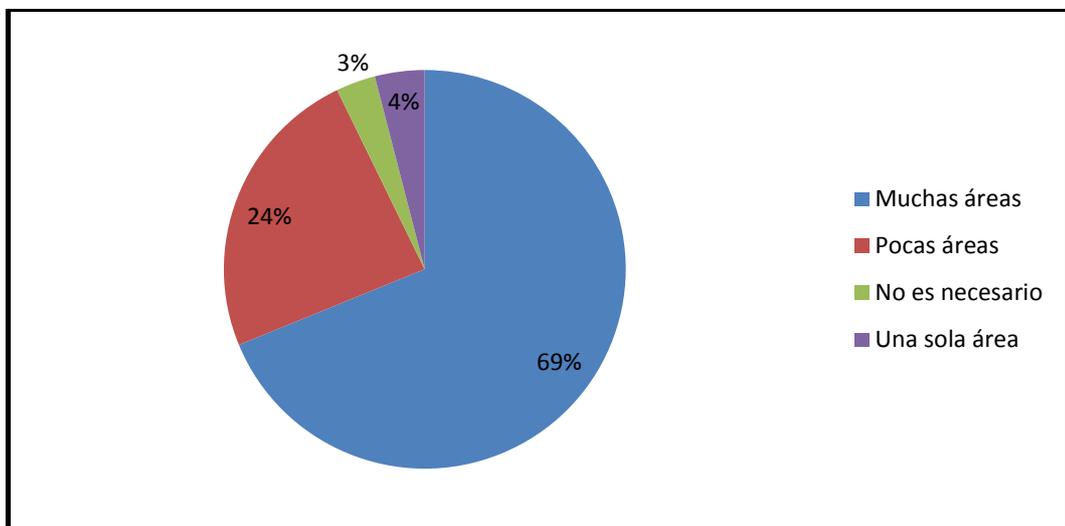


Figura 15. Porcentaje de preferencia de rotación por áreas

Según los datos obtenidos por la encuesta el 69% de los estudiantes manifiestan que es necesario rotar por diversas áreas durante el periodo de prácticas, en base a que esto fortalece el crecimiento en el ámbito laboral del estudiante, ya que logra adquirir mayor experiencia en diferentes procesos al interno de la empresa.

**7) En relación a las practicas pre-profesionales III ¿Quisiera usted que la Universidad tenga un lugar especializado donde poder realizar sus prácticas y además seguir aprendiendo?**

Tabla 13

*Preferencia por un lugar de prácticas de la Universidad*

Opciones	Si	No	Total
Alumnos	123	2	125
Porcentajes	98%	2%	100%

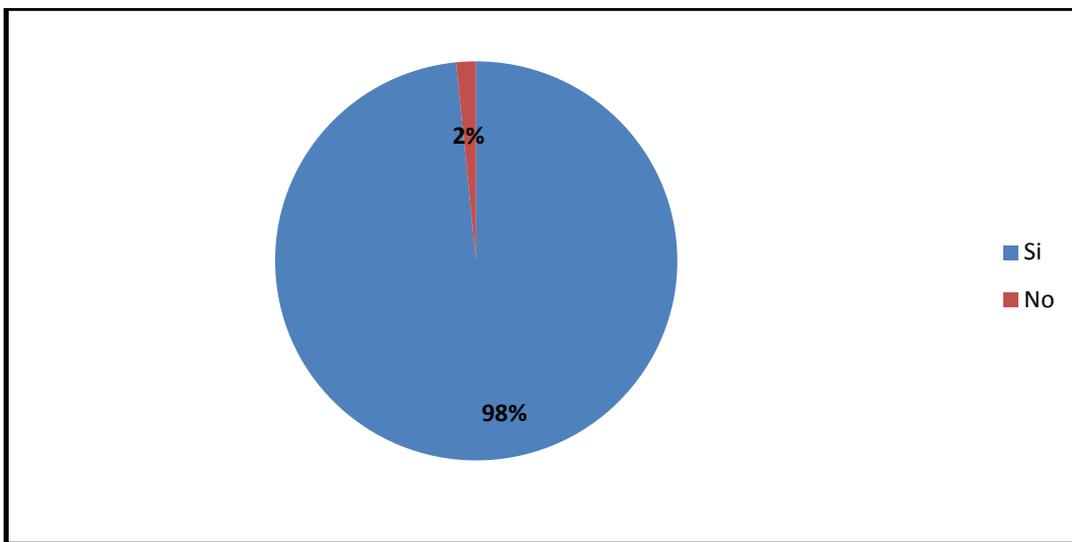


Figura 16. Estudiantes que están de acuerdo con un lugar de prácticas de la Universidad.

Según los datos obtenidos por la encuesta el 98% de los estudiantes están de acuerdo que la universidad tenga un lugar especializado donde poder realizar sus prácticas y además seguir aprendiendo, ya que será personal capacitado quien entrene a los estudiantes, basándose en conceptos adquiridos durante el proceso de formación.

**8) ¿Le gustaría recibir una compensación monetaria por sus actividades realizadas en las prácticas?**

Tabla 14

*Estudiantes que gustaría recibir una compensación monetaria por sus prácticas*

Opciones	Si	No	Total
Alumnos	119	6	125
Porcentajes	95%	5%	100%

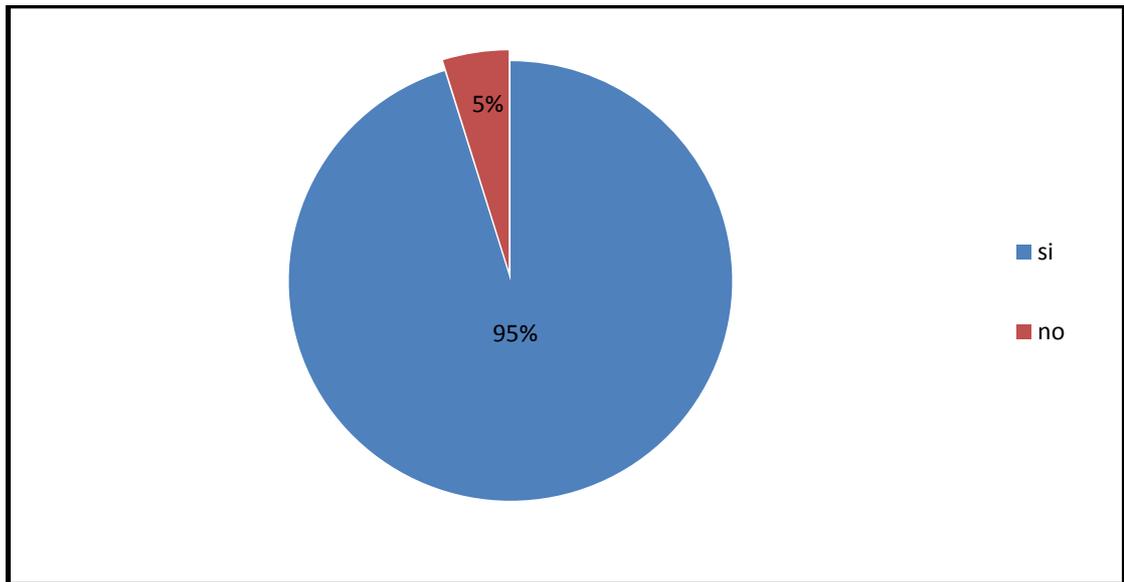


Figura 17. Porcentaje de los estudiantes que les gustaría recibir una compensación por sus prácticas.

Según los datos obtenidos de la encuesta el 95% de los estudiantes les gustaría recibir una compensación por sus actividades en las prácticas, cabe recalcar que algunas empresas como lo es el hotel Marriott, entregan una compensación que es equivalente al valor del transporte y a la alimentación para sus practicantes, de manera que sea una ayuda mutua.

9) ¿Le gustaría recibir certificaciones avaladas por la carrera durante su proceso de prácticas?

Tabla 15

*Certificaciones avaladas por la carrera*

Opciones	Si	No	Total
Alumnos	123	2	125
Porcentajes	98%	2%	100%

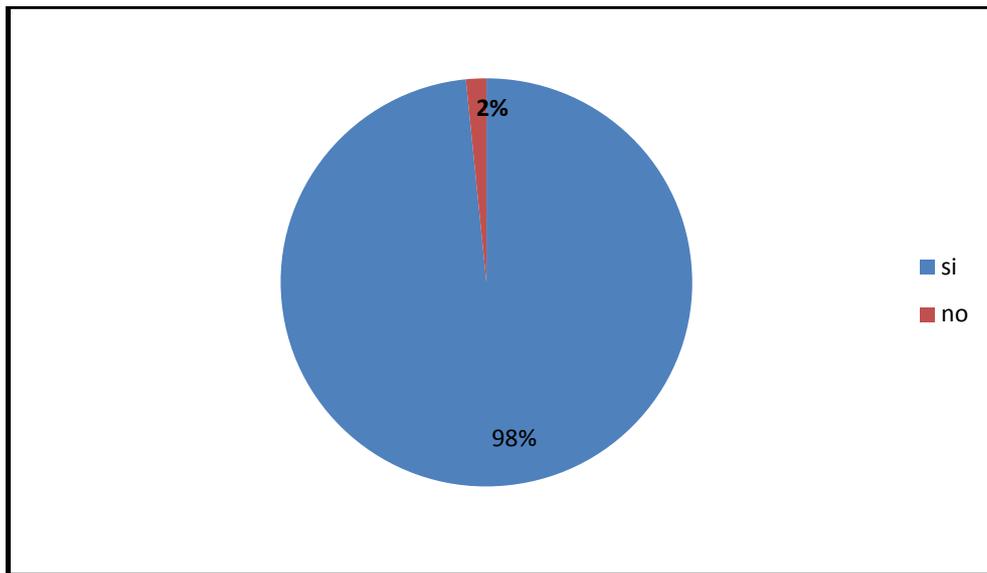


Figura 18. Porcentaje de los estudiantes que quieren certificaciones avaladas por la carrera.

Según los datos obtenidos por la encuesta, al 98% de los estudiantes les gustaría recibir certificaciones avaladas por la carrera, la misma que tiene diversas áreas en las que es posible ser evaluados y obtener algún tipo de reconocimiento.

### 10) ¿En qué áreas específicas le gustaría realizar sus prácticas?

Tabla 16

*Áreas específicas para realizar prácticas*

Opciones	Personas	Porcentaje
Lavaplatos	6	4,80%
Almacenamiento	23	18,40%
Compras	27	21,60%
Caja	32	25,60%
Preparación de alimentos	62	49,60%
Servicio al cliente	75	60,00%

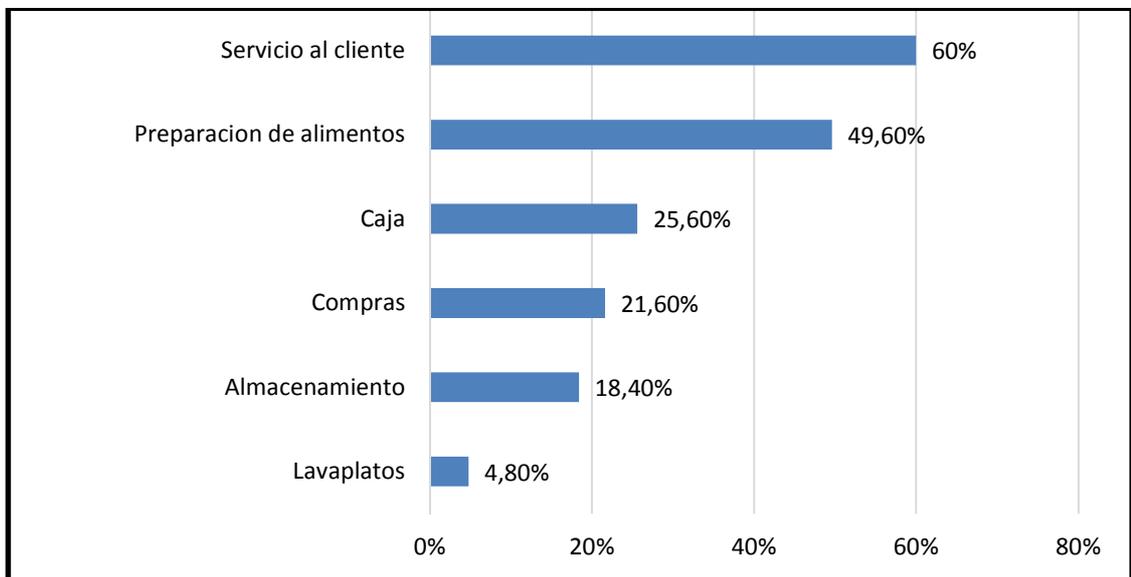


Figura 19. Porcentaje de áreas para realizar las practicas.

Según los datos obtenidos de la encuesta un 60% de los alumnos prefieren estar en el área de servicio al cliente.

Según los datos obtenidos de la encuesta un 60% de los alumnos prefieren estar en el área de servicio al cliente, sin embargo es de conocimiento común que para lograr la meta de ser un buen administrador se deben conocer todos los procesos visibles o no al cliente con el fin de proporcionar un servicio adecuado.

### 11) ¿Qué habilidades cree usted debería tener un practicante?

Tabla 17

*Habilidades de un practicante*

Opciones	Personas	Porcentaje
Flexibilidad cognitiva	30	24,00%
Inteligencia emocional	54	43,00%
Pensamiento critico	55	44,00%
Saber negociar	55	44,00%
Orientación de servicio	57	45,60%
Tomador de decisiones	65	52,00%
Resolver problemas	82	65,20%
Manejo del personal	83	66,40%
Creatividad	98	78,40%

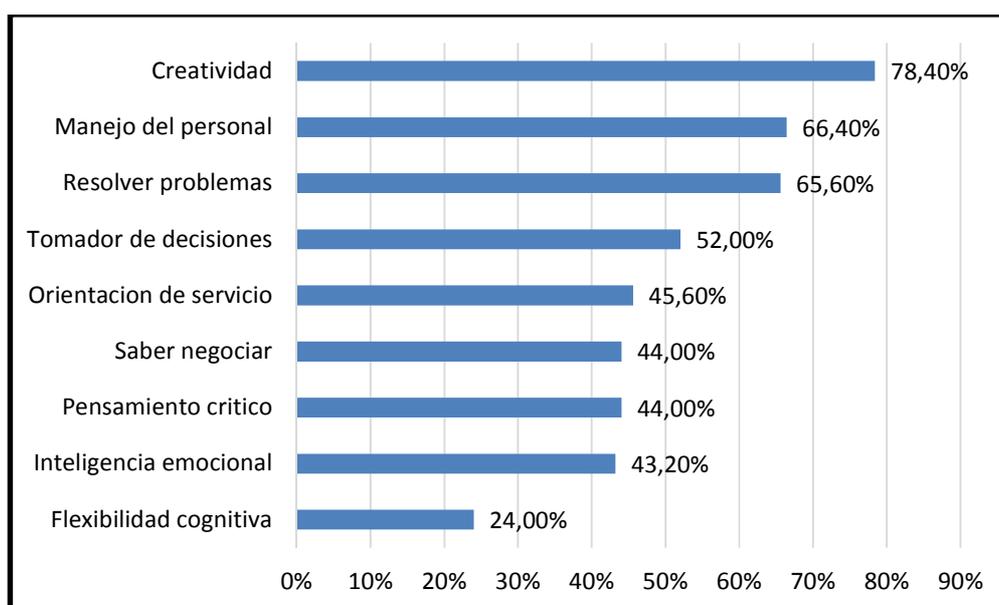


Figura 20. Porcentaje de las habilidades de un practicante

Según los datos obtenidos de la encuestas el 78,4% de los practicantes debe tener la habilidad de la creatividad al momento de realizar las practicas pre-profesionales, seguido de manejo de personal, capacidad para resolver problemas, tomador de decisiones, entre otros, que son importantes para los comensales al momentos de recibir el servicio, ya que el objetivo principal del restaurante-escuela es formar trabajadores de calidad que rescaten la cultura de la calidad en el servicio.

## Resultados de las encuestas para consumidores

### Datos Generales

#### Rango de edad

Tabla 18

*Edad de las personas encuestadas*

Edades	15 – 25	26 – 35	36 – 45	46 – 55	56 – 65
Personas	160	111	69	22	18
Porcentajes	42,1%	29,2%	18,2%	5,8%	4,7%

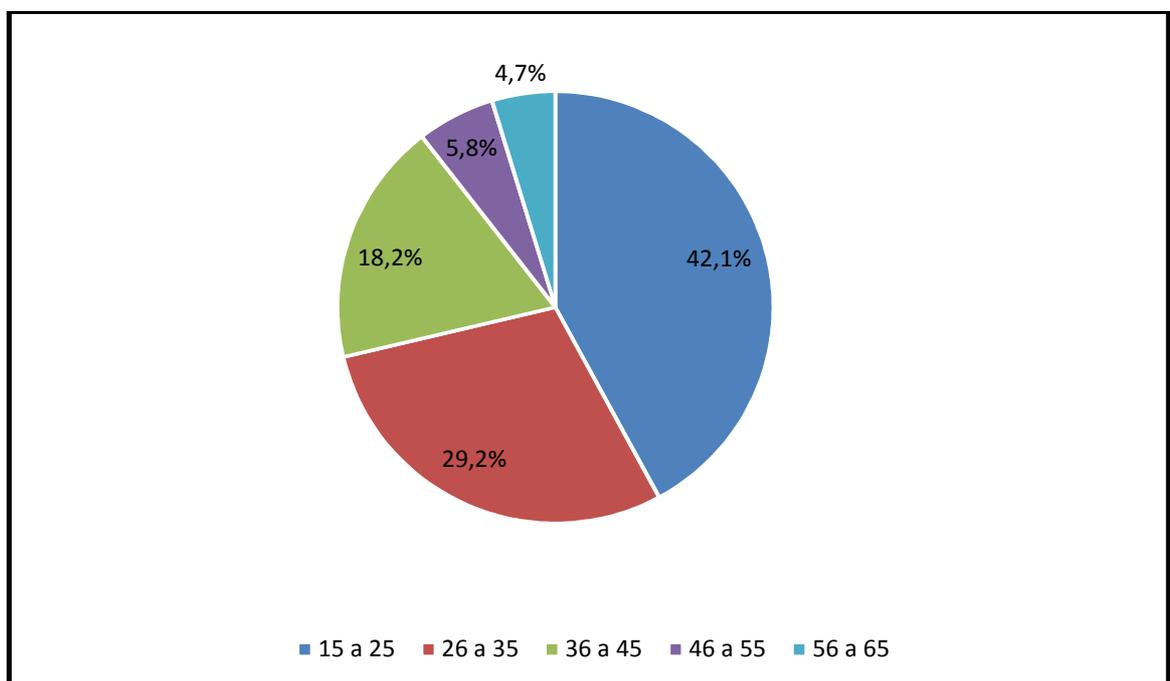


Figura 21. Porcentaje de rango de edades

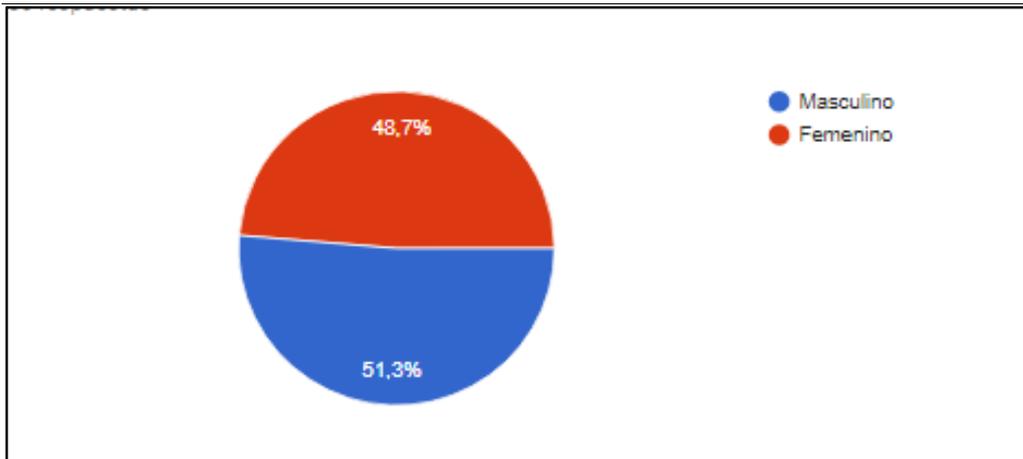
Según los datos de la muestra el mayor porcentaje de la muestra es de 42,1% y las edades predominan entre 15 y 25 años. Los mismos que son clientes potenciales del restaurante.

## Sexo

Tabla 19

*Sexo de las personas encuestadas.*

Opciones	Femenino	Masculino	Total
Personas	185	195	380
Porcentajes	48,7%	51,3%	100%



*Figura 22. Sexo de las personas encuestadas.*

En base a los resultados de la muestra el mayor porcentaje es de 51.3% del sexo masculino, sin embargo la brecha entre los resultados es mínima por lo que se considera que los futuros comensales del restaurante serán de ambos sexos.

### Estado Civil

Tabla 20

*Estado civil de las personas*

Opciones	Soltero	Casado	Divorciado	Otro	Total
Personas	217	102	33	28	380
Porcentajes	57,1%	28,8%	8,7 %	7,4%	100%

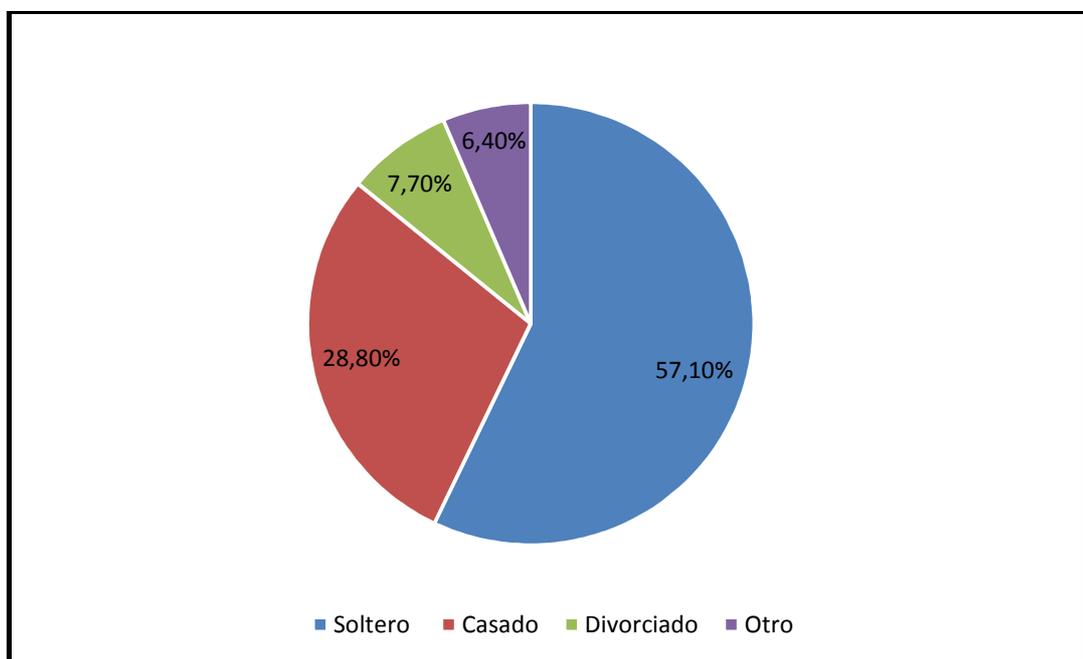


Figura 23. Estado civil de las personas encuestadas.

La mayoría de personas encuestadas representando un 57,1% es de estado civil soltero, lo cual representa que pueden acudir al restaurante con familiares o amigos.

1) ¿Considera que el servicio al cliente se ha deteriorado con el tiempo?

Tabla 21

*Personas que consideran se ha deteriorado el servicio con el transcurso del tiempo.*

Opciones	Si	No	Total
Personas	350	30	380
Porcentajes	92,1%	7,9%	100%

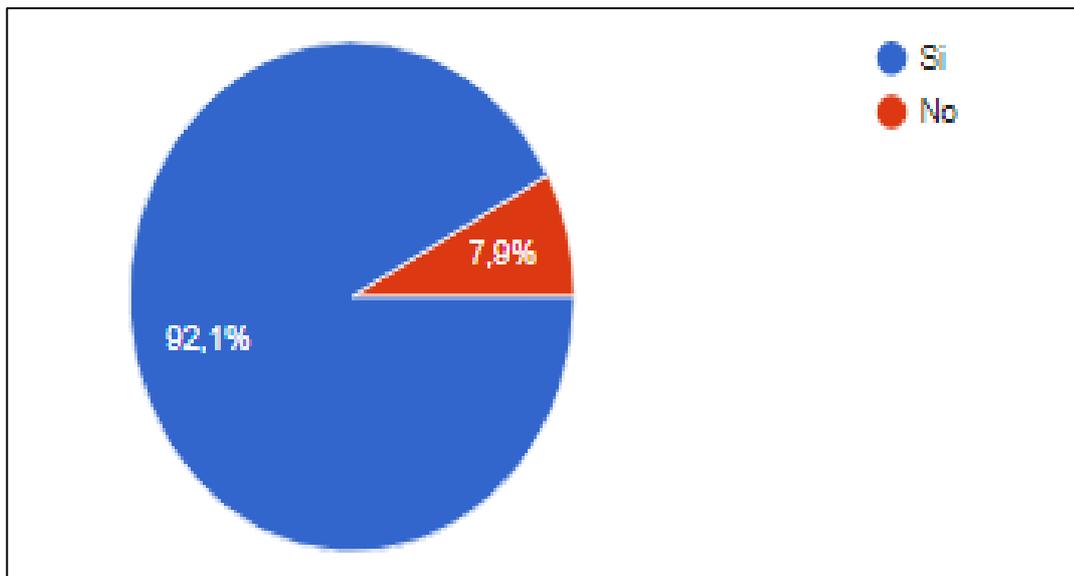


Figura 24. Considera que el servicio al cliente se ha deteriorado con el tiempo.

El 92,1% de los encuestados cree que el servicio al cliente ha decaído en cuanto a calidad en los últimos años, una de las razones puede ser la falta de personal capacitado e instruido en los diferentes establecimientos, motivo por el cual el restaurante escuela podrá forjar estudiantes que en el futuro serán propietarios o administraran establecimientos turísticos, brindando una mejora en la calidad del servicio ofertado.

## 2) ¿Con qué frecuencia visita usted restaurantes?

Tabla 22

*Frecuencia de asistencia a restaurantes*

Opciones	Diariamente	1 vez por semana	2-3 veces por mes	Total
Personas	152	121	107	380
Porcentajes	40%	31,8%	28,2%	100%

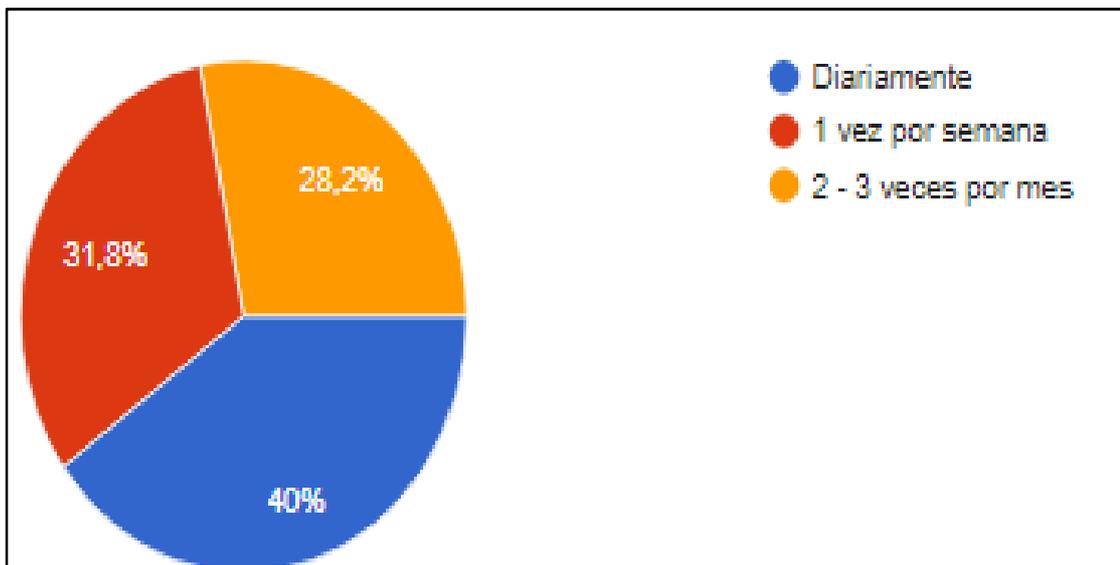


Figura 25. Frecuencia de las personas en visitar restaurantes.

Según los datos obtenidos en la encuesta un alto porcentaje que representa el 40% visita diariamente establecimientos de restauración, dando un mayor porcentaje de acogida en el restaurante escuela por la afluencia de comensales potenciales.

**3) ¿Qué precio paga habitualmente por un plato de comida? (Incluido impuestos y sin bebidas)**

Tabla 23

*Rango de precios a pagar por un plato de comida*

Opciones	De \$ 5 a \$ 7	De \$ 8 a \$ 10	De \$ 11 a \$ 13	Total
Personas	129	115	136	380
Porcentajes	33,9%	30,3%	35,8%	100%

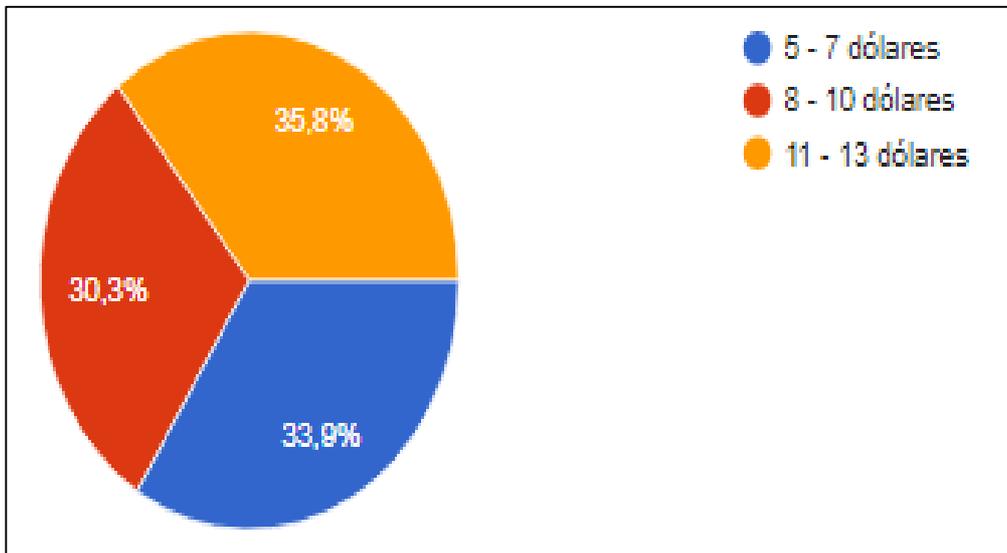


Figura 26. Precio a pagar por un plato de comida.

Según los datos obtenidos de la encuesta el rango de precios que los consumidores están dispuestos a pagar es de 11 a 13 dólares con un porcentaje de 35,8% por el consumo de platillos en un restaurante, seguido de un 33,9% que estarían dispuestos a pagar entre 5 y 7 dólares.

**4) ¿Asistiría usted a comer en un restaurante escuela cuya fortaleza sea brindar un servicio de calidad?**

Tabla 24

*Personas que asistirían a un restaurante cuya fortaleza es brindar un servicio de calidad*

Opciones	Seguramente	Poco probable	Para nada	Total
Personas	356	20	4	380
Porcentajes	93,7%	5,3%	1,1%	100%

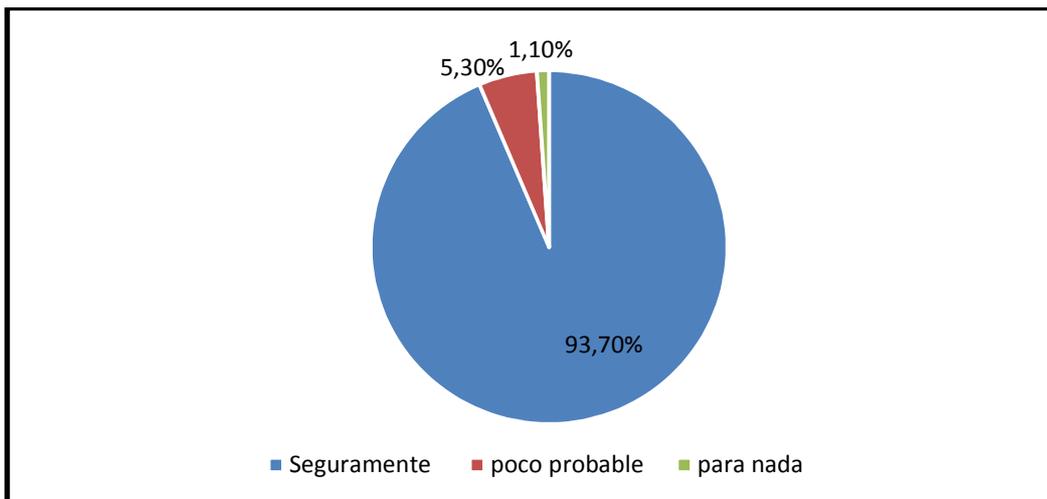


Figura 27. Personas que asistirían al restaurante escuela.

Según el resultado obtenido el mayor porcentaje es de 93,70%, los mismos que asistirían a un restaurante-escuela cuya fortaleza es brindar un servicio de alta calidad, lo que aplaca el temor de que los comensales no asistirían por prejuicios en base a que la mayoría de los trabajadores serían personas en proceso de formación.

**5) ¿Con quién visitaría el restaurante escuela?**

Tabla 25

*Personas con las que acudiría al restaurante escuela*

Opciones	Amigos	Familia	Pareja	Compañeros de trabajo	Otro	Total
Personas	149	128	41	57	5	380
Porcentajes	39,2%	33,7%	10,8%	15%	1,3%	100%

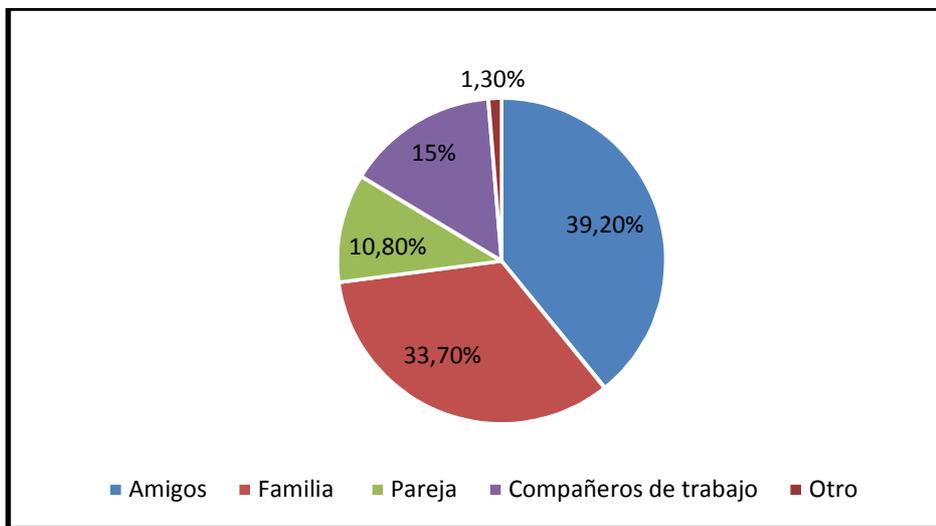


Figura 28. Con quien acudiría al restaurante escuela.

Según el resultado obtenido la mayor parte de la población con un porcentaje total de 72,90% acudiría al restaurante escuela sea con amigos o familia, lo que puede indicar que los clientes visitarían el restaurante escuela además de por la necesidad fisiológica de alimentarse, por el hecho de pasar un tiempo ameno en buena compañía.

**6) ¿Está de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica y obtengan experiencia que es fundamental para ejercer su profesión?**

Tabla 26

*Personas que están de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica.*

Opciones	Totalmente de acuerdo	Es irrelevante	Para nada de acuerdo	Total
Personas	358	20	2	380
Porcentajes	94,2%	5,3%	0,5%	100%

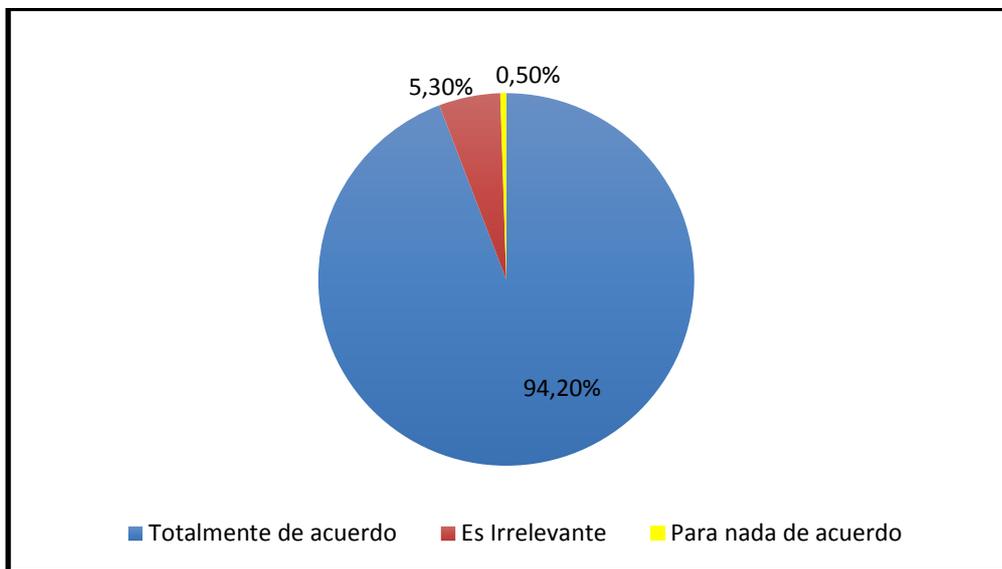


Figura 29. ¿Está de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica?

Según los resultados de la muestra el mayor porcentaje es de 94,20% y manifiesta que las personas están totalmente de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica, para que logren ser mejores profesionales.

7) ¿En qué lugar le parece provechoso ubicar el restaurante escuela?

Tabla 27

Lugar conveniente para la ubicación dl restaurante escuela.

Opciones	Personas	Porcentaje
Vía a la costa	170	45%
Norte	70	18%
Sur	50	13%
Samborondon	90	24%
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

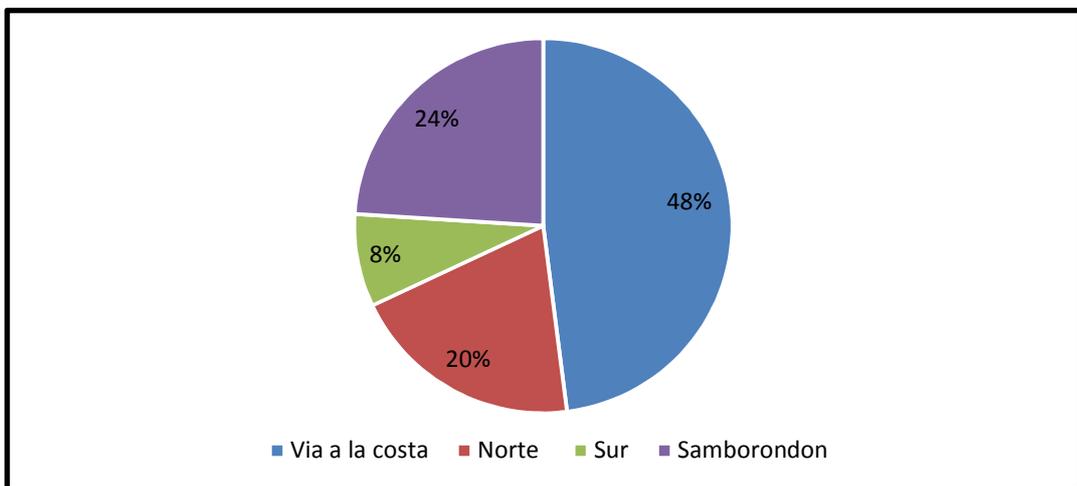


Figura 30. Ubicación del restaurante escuela.

Según los datos de la muestra las personas prefieren la ubicación de vía a la costa con un porcentaje de 48%, seguido de Samborondón con el 24%, razón por la cual se decidió ubicar el restaurante en esta zona ya que obtuvo la mayoría del puntaje.

**8) ¿A través de qué redes sociales le gustaría recibir información acerca del restaurante?**

Tabla 28

*Preferencias de redes sociales*

Opciones	Personas	Porcentaje
Twitter	46	12,1%
Radio	30	7,90%
Tv	20	5,26%
Snapchat	107	41,3%
Instagram	276	72,6%
Facebook	279	73,4%

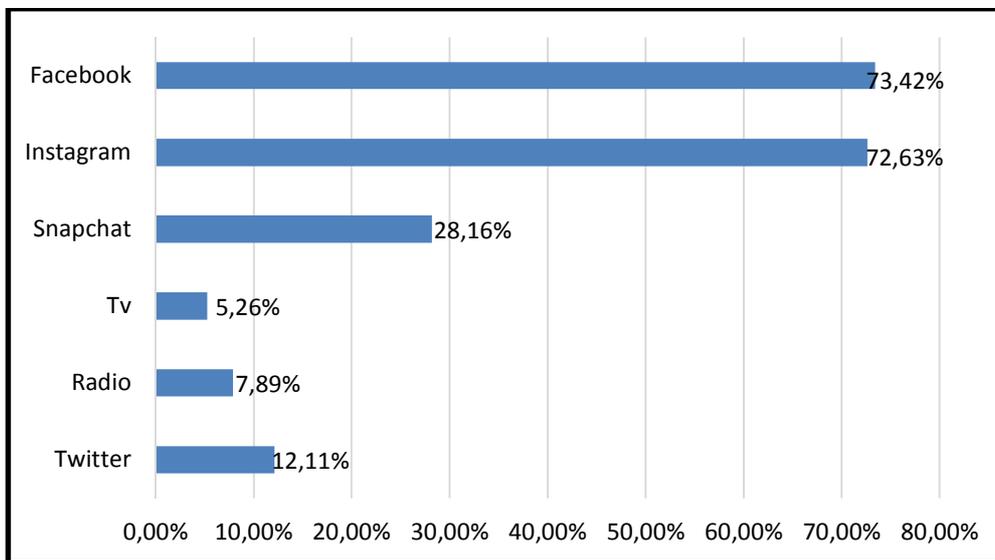


Figura 31. Preferencia de las personas en redes sociales para publicidad del restaurante escuela.

Según los resultados de la muestra las personas prefieren que la publicidad sea por medio de redes como (a) Facebook, (b) Instagram, esta tabulación responde a la inquietud acerca de cuáles serían los métodos de promoción a utilizar para lograr cautivar el nicho de mercado propuesto.

9) ¿Seleccione los platillos que le gustaría degustar en el restaurante escuela?

Tabla 29

*Preferencia de platillos por los comensales.*

Opciones	Personas	Porcentaje
Humitas	156	41,10%
Fritada	179	47,10%
Churrasco	182	47,90%
Guatita	199	52,40%
Encebollado	208	54,70%
Lomo saltado	212	55,80%
Seco de pollo	214	56,30%
Bolón de verde	229	60,30%
Ceviche	252	66,30%
Arroz con menestra	262	68,90%

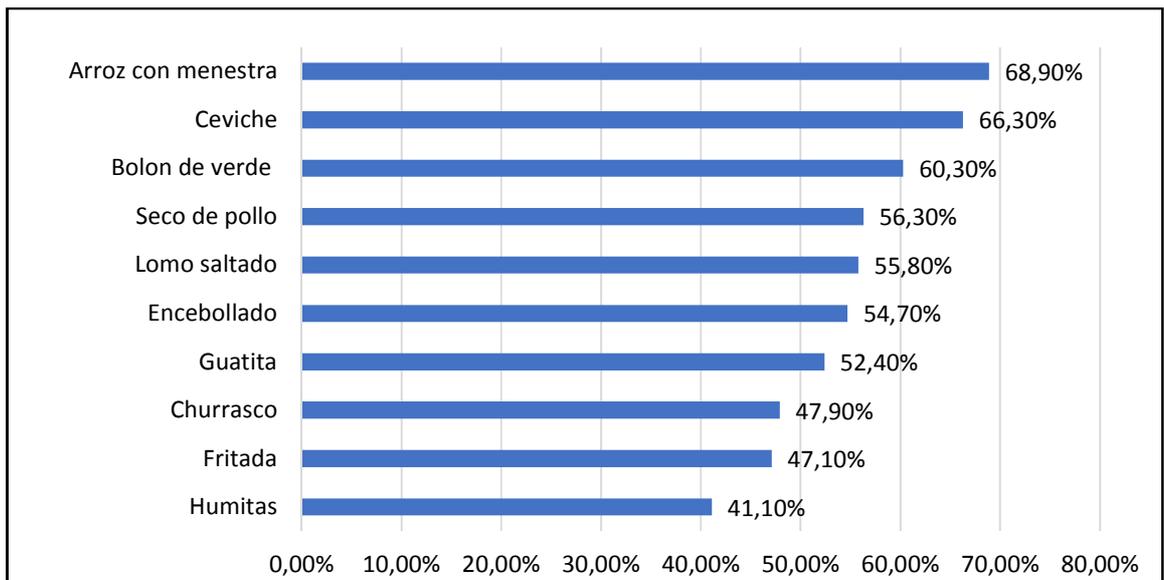


Figura 32. Platillos seleccionado por los comensales.

Según los datos obtenidos de la encuesta, los comensales prefieren consumir el plato típico arroz con menestra, con un porcentaje de 68,90%, para el cual se dispondrá de varios acompañamientos y a su vez se implementarán otros platos del agrado del consumidor, Se realizó la indagación de selección de platos, para saber cuáles son los preferidos por los clientes, pero se efectuaran otros adicionales para el menú del restaurante escuela.

## Resultados de las entrevistas

De las entrevistas realizadas a las distintas autoridades de la Universidad se obtuvieron como resultado diferentes puntos de vista con respecto a las interrogantes realizadas, en la mayoría de ellas se llegó a un consenso. A continuación se dividirá por pregunta los diferentes resultados.

1. ¿Desde su punto de vista como considera las practicas pre-profesionales en la ciudad de Guayaquil?

Según el resultado de las entrevistas a las diferentes autoridades de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, se sostiene que las practicas pre-profesionales son de vital importancia para el proceso educativo de los estudiantes, en base a que sería posible que los alumnos pulan sus conocimientos aplicándolos a situaciones reales, ya que para optimizar los métodos de enseñanza se debería vincular la teoría con la práctica.

2. ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? ¿Podría manifestar una explicación sobre el tema?

La práctica profesional se deben realizar durante el proceso de formación de los estudiantes y son indispensables para la obtención del título universitario mientras, que la pasantía son trabajos que se realizan dentro de empresas públicas o privadas pero no son tan trascendentales como las practicas pre profesionales, también la diferencia de prácticas y pasantías se las distingue por la remuneración o compensación; en cuanto a pasantías según la ley se les debe remunerar a los estudiantes o dar un pago porcentual por sus actividades, mientras que en las practicas pre-profesionales los empleadores no están en la obligación de compensar a los estudiantes por sus actividades. También los entrevistados manifestaron sobre el proyecto de ley que jamás se aprobó, el cual indicaba que las prácticas son para nivel bachillerato de colegio y las pasantías son de nivel superior.

3. ¿Considera usted que el proyecto Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras favorecía a los estudiantes de dicha carrera?

Se considera que la propuesta para el diseño de un restaurante escuela es excelente y por supuesto favorecería a los estudiantes, debido que se les dará a los alumnos un lugar propicio donde continuar su proceso formativo, desarrollando habilidades y destacándose en su rama profesional. Además se los formará con conocimiento adicional para cuando ejerzan sus actividades en el mundo laboral sean competentes y competitivos.

4. ¿Considera usted que exista algún impedimento para realizar el proyecto?  
Ninguno de los entrevistados consideró que exista algún impedimento para desarrollar el proyecto.

## Capítulo 4

### La propuesta del negocio Estudio Organizacional

#### Razón Social

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

#### Nombre Comercial

Restaurante Escuela de la UCSG

#### Objeto Social

Ofrecer a los comensales un servicio de alimentos y bebidas de alta calidad y a su vez instruir con prácticas pre profesionales a los estudiantes de la carrera Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras con el conocimiento oportuno para que se desenvuelvan de la mejor forma en su entorno laboral.

#### Imagotipo



Figura 33. Imagotipo del Restaurante Escuela.

#### Slogan

“Amantes del buen servicio”

#### Misión

Brindar la experiencia de ser atendido por personal que se ha formado e instruido para atender a los clientes con un alto índice de calidad, en un ambiente refinado y cómodo.

## **Visión**

Ser el mejor establecimiento de restauración en cuanto a servicio al cliente, completando el proceso de formación de los estudiantes de la carrera Hotelería y Turismo de la UCSG.

## **Valores**

- Empatía, capacidad de sentir lo que el resto percibe, de manera que garantizando un buen servicio al cliente.
- Puntualidad en la atención del personal, como en la rapidez de los platos.
- Aprendizaje en cuanto los estudiantes estarán en un proceso de formación.
- Colaboración hacia los clientes, pero sobretodo entre el personal ya que los estudiantes representaran un apoyo para los trabajadores.
- Responsabilidad acerca de las actividades que se realizan dentro del establecimiento.
- Voluntad para ayudar a los clientes en las necesidades que tengan adentro del restaurante y entre los trabajadores.

## **Análisis FODA**

### **Fortaleza**

- Personal instruido para la administración de un restaurante, en cuanto el personal contratado serán personas con títulos turísticos o afines.
- Servicio de primera calidad, ya que el restaurante contara con personal instruido, con conocimientos acerca del manejo de un restaurante y de la importancia acerca del servicio.
- Respeto hacia los clientes internos y externos, en cuanto se considera que si un cliente interno o trabajador de la empresa se siente a gusto en la misma, respetado y valorado, hará que el cliente se sienta de la misma manera, brindando un servicio de calidad.
- Enfocados en satisfacer más que la necesidad de alimentarse, brindarle una experiencia gratificante al comensal.
- Equipo preparado para trabajo en equipo, los estudiantes rotaran según las diferentes aéreas del restaurante, de manera que conozcan cuales sean los

procesos y cuando se encuentren en otra posición entienda la labor de sus compañeros.

### **Oportunidades**

- Una de las necesidades primarias de las personas es alimentarse, por lo que este será siempre un motivo para que se pueda crecer como servicio de restauración.
- La ciudad de Guayaquil está en constante incremento y prevé el arribo de turistas que llegan por negocios y gustaría disfrutar de un buen servicio y una buena comida.
- Renombre en base a ser un restaurante de la UCSG, el establecimiento sería relacionado con la universidad y se quedaría en la mente del consumidor.
- La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil tiene numerosos eventos y solicita brunchs, lunchs, etc., por lo que se podría acaparar todo ese mercado.

### **Debilidades**

- Alta inversión financiera en base a la implementación de un restaurante que siga todos los procedimientos legales y los parámetros establecidos por el Ministerio de Turismo, en cuanto a dimensiones de cocina, concordancia entre comensales y distribución de las áreas, etc.
- Confusión al relacionar el término de pasantes (estudiantes en práctica o aprendices) con personal no capacitado.

### **Amenazas**

- Reciente cambio de presidente y por ende incertidumbre en relación a las nuevas reglamentaciones o disposiciones que podrían influir o dificultar la creación o desarrollo del restaurante.
- Aparición de nuevos competidores por ser una vía en desarrollo.
- Las necesidades del consumidor y el boom del cuidado de la salud, representan cada vez más exigencia por la comida dietética, vegetariana, vegana, etc.

## Organigrama

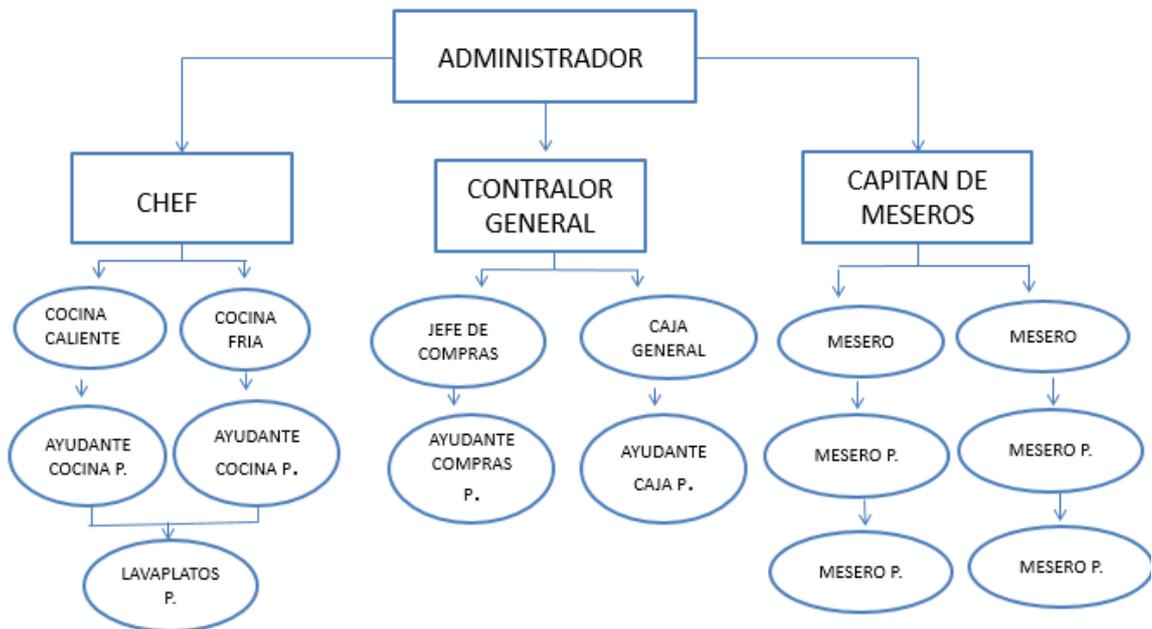


Figura 34. Organigrama del restaurante escuela

El restaurante escuela contará con personal contratado y con la presencia de los estudiantes quienes estarán en proceso de realizar sus prácticas pre-profesionales III, con el fin de forjar los conocimientos adquiridos, se toma como referencia a la Universidad San Francisco de Quito, quien en su restaurante Marcus, ubicado en el campus de la universidad, tiene como personal contratado 12 personas divididas 6 en el área de servicio y 6 en el área de cocina, adicional el establecimiento acoge ocho estudiantes que rotaran en las diferentes áreas del restaurante dando apoyo.

### Mercado Objetivo

Según lo que indicó Izquierdo (2011) se define como mercado objetivo a un grupo de consumidores establecidos, de los mismos que la empresa se encargará de cumplir con sus necesidades y expectativas. El mercado objetivo de la empresa está representado por todos los habitantes de la ciudad de Guayaquil y sus visitantes, sin limitaciones ni restricciones de edad, sexo o preferencias, con una característica en común que es sentir la necesidad de percibir un servicio de calidad.

## Localización del Proyecto

### Macro localización

El restaurante está ubicado en la provincia de Guayas, en la ciudad de Guayaquil, vía a la costa km 10.5.

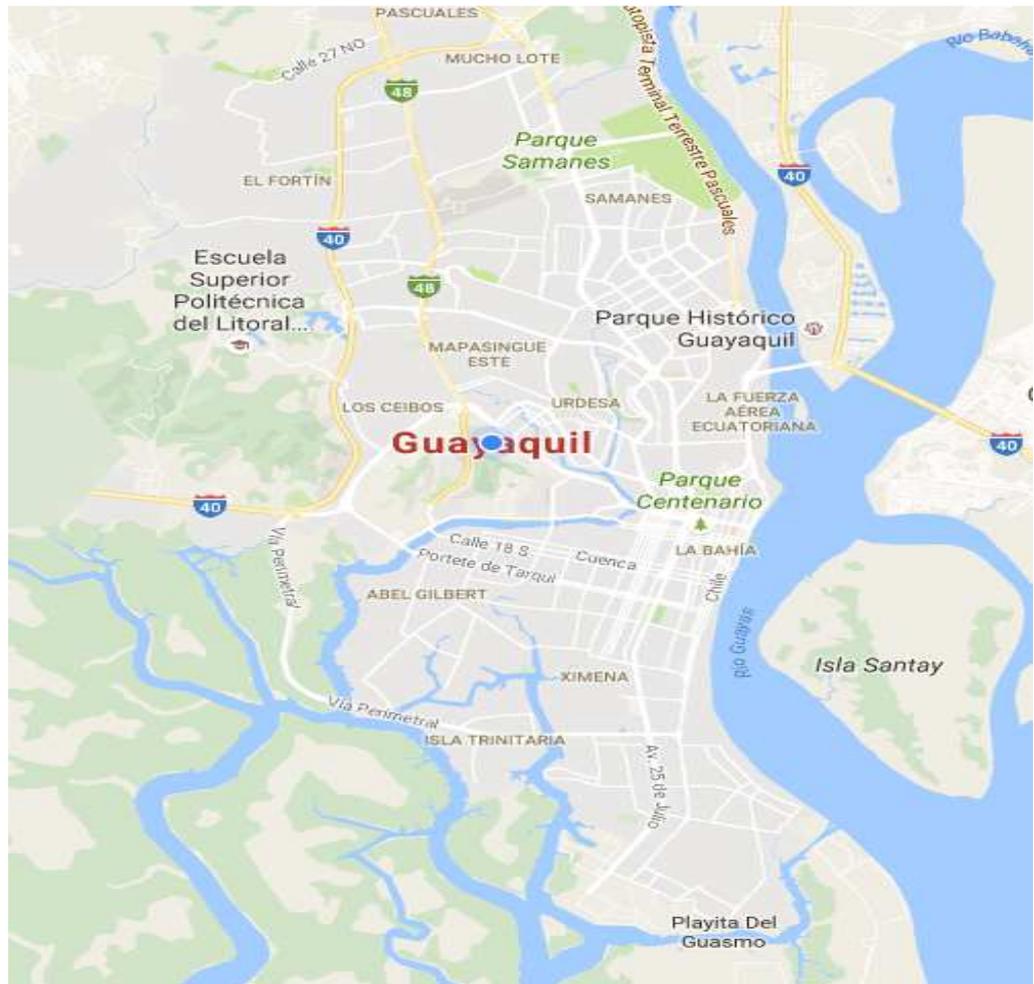


Figura 35. Macro localización. Tomado de Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Guayaquil/@-2.1555874,-79.9050674,12z/data=!4m5!3m4!1s0x902d13cbe855805f:0x8015a492f4fca473!8m2!3d-2.1709979!4d-79.9223592>

## Micro Localización

El espacio escogido para la implementación del restaurante es ubicado en vía a la costa km 10.5 cerca de la urbanización Bosque Azul.



Figura 36. Micro Localización. Tomada de Google Maps. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/dir/-2.1561344,-79.9145984/-2.184472,-79.9733549/@>

## Distribución de espacio físico



Figura 37. Distribución de espacio físico del Restaurante Escuela.

La distribución de la cocina estará dividida en: Área de Trabajo, (b) Área caliente, (c) Área fría, y (d) Área de almacenamiento. Dentro de las cuales los estudiantes rotarán una semana en cada una de ellas y además se alternarán entre (a) área de servicio, (b) compras y (c) caja, con el fin de realizar sus prácticas, bajo el diseño lineal debido a que al momento de elaborar el producto, se realice de manera eficaz y se eliminen errores en la producción.

### **Horarios de funcionamiento**

El Restaurante Escuela de la UCSG permanecerá abierto de lunes a sábado de 11:00 a 21:00 horas.

### **Control de calidad**

Según Escobar (2010):

La calidad se inició como una estrategia para resolver dificultades de producción y para reducir los costos asociados con la producción de bienes, aunque su comienzo está asociado a los costos, y es reconocido que fue retomada como una estrategia para establecerse cada vez más en los mercados. Podría decirse que por su concepción todavía permanece la idea de que su intención es acertada como mecanismo reductor de costos (p. 35).

Es por esto que toda empresa debe estar enfocada en brindar un servicio de calidad que prevea un margen del 0% de errores, reduciendo a su vez aquellos costos innecesarios que cuestan la “no calidad”, en cuanto existe una diferencia entre las fallas cometidas y los costos que le representan a la empresa, ya que según Almeida et al. (2016) si se descubre el error dentro del mismo departamento tendrá por ejemplo un valor relacionado a \$1, si el error se descubre en otro departamento de la misma empresa representaría un valor relacionado a \$10 percibidos por los “clientes internos” que son los trabajadores del establecimiento, mientras en el caso de que el producto o servicio presente fallas percibidas por los clientes externos o consumidores, el costo de la falla podría ser \$100, ya que a este nivel la empresa tendría que asumir los costos por los daños causados a causa de las fallas o errores cometidos, que podrían ser indemnizaciones, compensaciones, campañas de publicidad suplementarias ente otros.

Considerando este análisis, es que el restaurante escuela estará enfocado en formar trabajadores de calidad que cumplan con todos los requisitos y procedimientos, desde la compra de insumos hasta cuando el cliente abandone el restaurante una vez recibido el servicio. El personal de servicio del establecimiento estará en proceso de formación hasta que se encuentre preparado e instruido para otorgar un servicio de primera que cautive al comensal y lo anime a regresar.

### **Sistema HACCP**

Una vez que la autoridad máxima de la empresa se ha decidido y comprometido por escrito con la determinación de implementar el sistema HACCP (Análisis de riesgos y puntos de control), debe definir la conformación del equipo que será responsable de elaborar y ejecutar un programa de implementación (Carro & Gonzales, 2014, p. 5).

En el restaurante Escuela, es de vital importancia implementar el sistema, debido a que los productos ofertados garantizaran calidad sanitaria y el control de los procesos, la aplicación de los métodos ayuda a la disminución de problemas originados por enfermedades de transmisión alimenticia o a distintas molestias, causados por un mal manejo de componentes que pudieran provoca daños a su salud. Para efectuar que los sistemas se apliquen en todas las líneas de producción, se exigirán pre requisitos como lo son (a) Buenas prácticas de manufactura (BPM) y (b) Procedimientos estándares de operación sanitaria (POES) (Carro & Gonzales, 2014).  
A continuación se detallara la aplicación de un sistema

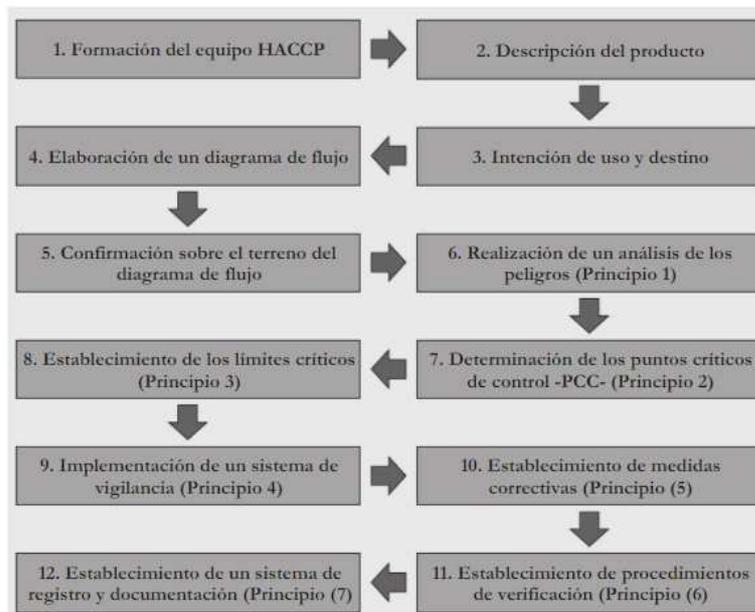


Figura 38. Normas HACCP sistema de análisis de riesgos y puntos de control. Tomado de Carro, R., & Gonzales, D. (2014). p. 6, recuperado de [http://www.academia.edu/6475116/Roberto\\_Daniel](http://www.academia.edu/6475116/Roberto_Daniel)

## Procedimientos

### Compra de productos

1. Chef crea lista de requerimientos
2. Ayudante de compras analiza la cantidad necesitada y entrega la lista al jefe de Compras.
3. El jefe de compras contacta los proveedores autorizados y programa fecha de entrega.
4. El jefe de compras comunica al chef las fechas de entrega de los productos solicitados.

### Recepción de la compra

1. Jefe de compras/asistente de compras y Chef reciben y verifican el estado de los productos recibidos.
2. El asistente de compras almacena y etiqueta los nuevos productos.
3. El jefe de compras actualiza el inventario.

### Servicio al Cliente

1. Llegada del cliente
2. Saludo al cliente y asignación de mesa

3. Tomar el pedido.
4. Entregar el pedido en la cocina
5. Elaboración del plato en la cocina.
6. Entrega del producto.
7. Preguntar si desea algo mas
8. Cierre del pedido y elaboración de cuenta por cobrar
9. Limpieza y desinfección de la mesa.

#### **Normas de higiene**

1. Uniforme completo
2. Para las mujeres cabello recogido
3. Para los hombres cabello corto
4. Cofia y gorro para el cabello
5. Zapatos cerrados antideslizantes
6. Desinfectar constantemente las manos con alcohol en gel.
7. Limpieza y saneamiento del área de trabajo.

#### **Permisos**

##### **Registro de alojamientos de servicios de alimentos y bebidas: Requisitos para personas jurídicas**

- Copia certificada de la Escritura de Constitución.
- Nombramiento del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil
- Copia de los siguientes documentos: registro único de contribuyentes (R.U.C.), Cedula de identidad, papeleta de votación.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- Fotocopia de escrituras de propiedad y pago predial.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
- Formulario 101
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015, párr. 2)

## **Procedimiento**

El propietario que realice el procedimiento deberá hacerlo mediante el ministerio de turismo donde un funcionario agilizará el proceso y se recibirán todos los documentos para la revisión y por ende clasificar el tipo de actividad y categoría del establecimiento.

## **Contribución del Uno por Mil**

### **Requisitos:**

- Por primera vez se cancela a través de un inventario valorado de activos fijos que conforman el establecimiento y debe presentar original y tres copias del formulario diseñado para el efecto, firmado por el propietario o representante del establecimiento y original y dos copias del depósito.
- A partir del segundo año de funcionamiento, debe realizar el pago del 1 x 1000 con base a la declaración del impuesto a la renta del año anterior.
- El pago de esta contribución se efectuará hasta el 31 de julio de cada año.
- Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística (Ministerio de turismo del Ecuador, 2015, Párr. 3.)

## **Trampa de grasa (INTERAGUA)**

- Copia de cédula de identidad y RUC del establecimiento.\*
- Copia de Factura.
- Carta de autorización del dueño del establecimiento.
- Nombramiento de representante legal (personas jurídicas).
- Cotización cancelada por este concepto (INTERAGUA, 2017, Parr.1).

## **Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil**

- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m<sup>2</sup> debe de instalarse a una altura de 1.53 mts.
- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila)

- Letreros de evacuación “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20cm
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera.
- Puerta de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso
- Escaleras de emergencia.
- Campana extractora encima de la cocina.
- Sistema de rociadores de CO2 cuando posea cocina industrial de más de 3 quemadores.
- Sistema de batería de GLP con su respectiva válvula de corte.
- Letrero de capacidad de personas.
- Plan de evacuación y emergencia que deben ser realizados por un profesional del Registro de Profesionales de Seguridad y Salud del Ministerio de Relaciones Laborales (Benemérito cuerpo de bomberos de Guayaquil, 2015, Párr. 2)

**Permiso de funcionamiento Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)**

Requisitos:

- Ingresar al sistema informático de la ARCSA [arcsa.gob.ec](http://arcsa.gob.ec), con su usuario y contraseña;
- Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones:
- Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento).
- Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015,Párr.1)

## **Permisos Municipales**

### **Uso del suelo**

1. A través de la página WEB del Municipio ([www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec)) en la sección de servicios en línea, sin necesidad de acercarse al Municipio.
2. A través de la ventanilla municipal #54 adjuntando los siguientes requisitos:
  - Tasa de Trámite por Servicios Técnicos Administrativos (valor \$2, comprar en la ventanilla de Ballén y Pichincha).
  - Formulario de Solicitud de Consulta de Uso de Suelo (se lo recibe al comprar la Tasa de Trámite (GAD. Municipalidad de Guayaquil, 2017, Párr.1).

### **Tasa de habilitación y control**

- Realice el trámite desde la página web [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec)
- Previamente al ingreso de su solicitud debe verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos básicos: Registrar el establecimiento en el S.R.I, permiso de uso de suelo, Contar con el Certificado Cuerpo de Bomberos y La Patente Municipal vigente.
- Certificado de Trampa de Grasa de Interagua".
- "Pago de Tasa de Turismo".
- Certificado del Ministerio de Turismo (GAD Municipalidad de Guayaquil, 2014, Párr. 2).

### **Patente Municipal**

1. Certificado de Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
2. Registro Único de Contribuyentes (RUC), copia de cedula, certificado de votación
3. Llenar el formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal".
4. Declaración del impuesto a la renta y, a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del Impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible (GAD Municipalidad de Guayaquil, 2014, Párr. 3).

## **Permiso de rotulación**

### Requisitos

1. Tasa de Trámite de Planeamiento Urbano. Valor US\$2.00.
2. Escrito solicitando el Informe Técnico.
3. Fotocopias a colores de la Cédula de Ciudadanía y del Certificado de Votación vigente.
4. Fotografías a colores de la edificación.
5. Carpeta manila con vincha exigible (GAD Municipalidad de Guayaquil, 2014, Párr. 1).

## **Permiso de la Propiedad Intelectual IEPI**

- Se debe realizar una Búsqueda Fonética para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a las que pretendemos registrar y tiene un costo de \$16, este trámite puede durar hasta 6 meses.
- El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas tiene un costo de \$ 208,00 USD.
- La protección de la marca tiene una duración de 10 años.
- Se entrega formulario donde se indica a que se dedica la marca, se ingresan los datos del logo y esto se sube a la página del IEPI, por consiguiente, dan usuario y clave (Instituto Ecuatoriana de Propiedad Intelectual IEPI, 2017).

## **Servicio de Rentas Internas (SRI)**

### **RUC como persona jurídica**

- Original del formulario 01-A suscrito por el representante legal.
- Presentar el original y entregar copia de la escritura pública de la constitución de la compañía con sus respectivas resolución e inscripción en el registro mercantil.
- Original y copia de la resolución de aprobación de los estatutos de la personería jurídica
- Presentar original y entregar copia de nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil.

- Original del registro de sociedades (datos generales, accionistas y acto jurídico).
- Original y entregar copia de la planilla de cualquier servicio básico, estado de cuenta, estos documentos deben estar a nombres de la compañía o del representante legal.
- Patente municipal vigente a nombre de la compañía, de no presentarse este documento, en la ventase firmara, un oficio conminatorio. (Servicio de Rentas Internas, 2017)

## Capítulo 5

### Estrategia de Marketing

#### Segmentación de Mercado

Según Kotler y Armstrong (2012) sustenta que la segmentación de mercado es fraccionar un mercado en porciones pequeñas con diferentes características o comportamientos que podrían demandar estrategias de marketing diferentes.

Tabla 30

*Segmentación de mercado*

Tipo de segmentación		Característica
Demográfica	Edad	Todas las edades
	Género	Masculino y femenino
Geográfica	Sector	Nacionales
Psicográfica	Perfil	Consumidores

#### Estrategias de posicionamiento

Servicio: el restaurante escuela se enfocará en brindar un servicio de alta calidad a sus comensales para obtener la total satisfacción de los mismos y construir una sólida reputación del restaurante que permita a los estudiantes defenderse de manera más oportuna en el ámbito laboral. Además que los platillos que se ofrezcan serán de una excelente calidad y exquisito sabor, porque se controlarán todos los detalles de elaboración e ingredientes como lo harían los chefs de los restaurantes más renombrados de la ciudad.

## **Estrategias de Marketing**

### **Marketing Mix**

Productos a ofrecer

#### **Alimentos:**

- Arroz con menestra y carne/pollo
- Seco de pollo
- Lomo saltado
- Arroz con choclo y pollo con champiñones
- Arroz con choclo y cordón blue
- Arroz con choclo y carne/pollo a la plancha

#### **Bebidas:**

- Gaseosas
- Té helado
- Jugos Naturales de naranja, limón, maracuyá y naranjilla.
- Agua
- Cerveza (Cerveza Light y normal)
- Micheladas
- Cocktails

#### **Postres:**

- Queso de leche
- Torta de chocolate
- Copa de Helado

### **Precio**

Para establecer los precios se tomó en consideración la localización del restaurante, los precios de la competencia, materia prima y el resultado de las encuestas.

Tabla 31

*Precios de producto*

<b>Productos</b>		<b>Precios</b>	
<b>Alimentos</b>	Arroz con menestra y carne/pollo	\$	9.00
	Seco de pollo	\$	8.00
	Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$	8.00
	Arroz con cholo y cordon blue	\$	9.00
	Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$	8.00
	Lomo saltado		
<b>Bebidas</b>	Colas	\$	2.00
	Aguas	\$	1.20
	Jugos naturales	\$	3.50
	Cocktails	\$	5.00
	Micheladas	\$	5.50
	Cervezas (nacionales e internacionales)	\$	5.00
<b>Postres</b>	Queso de leche	\$	3.00
	Torta de chocolate	\$	4.50
	Copa de helado	\$	3.50

Se realizo un estudio sobre los restaurantes que venden platos similares tales como: (a) La parrillada del ñato, (b) Restaurante Mediterráneo, y (c) Torito. Con el fin de analizar cuál es la afluencia de consumidores en estos restaurantes, se identifico que la mayoría de los clientes consumen un plato fuerte y dos bebidas entre (a) Agua, (b) Gaseosas, y(c) Jugos naturales. Los mismos que reciben un aproximado de 120 ordenes diarias

**Plaza**

El “Restaurante Escuela de la UCSG” estará ubicado en Guayaquil, sector vía a la Costa, se escoge este lugar debido a que es una zona estratégica porque está a 15 minutos de la Universidad y tendría afluencia de clientes por la gran cantidad de residencias cerca del área. Su ubicación será vía a la costa km 10.5 cerca de la Urbanización Bosque Azul.

## **Promoción**

La promoción que se efectuará para el “Restaurante Escuela de la UCSG” será las redes sociales debido a que poseen un gran poder en la comunicación y es de rápido acceso para compartir información con otras personas. Por lo que se utilizarán las aplicaciones que tienen más usuarios como son: (a) Facebook y (b) Instagram, en las cuales se realizarán publicaciones a diario para ofertar los productos. Se realizara canjes con personas reconocidas públicamente las mismas a cambio de probar los servicios en el establecimiento, publicarán en sus redes sociales su visita y alguna promoción del restaurante escuela. Además se complementará la promoción con audiofrecuencia de UCSG radio (1190 AM) con una tarifa de 10 dólares por cada cuña, también se dispone de paquetes mensuales que se implementará a futuro con un costo de \$1000 por 3 meses.

Tabla 32

### *Presupuesto del marketing*

<b>Publicidad semanal</b>	<b>Costo</b>
Redes Sociales	\$ 50
UCSG radio(5 cuñas)	\$ 50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 100</b>

## Capítulo 6

### Plan financiero

#### Inversión inicial

Tabla 33  
*Inversión inicial parte 1*

DETALLE	CANT.	COSTO UNIT.	SUBTOTAL	TOTAL
Efectivo- Caja				
Sueldos	2	\$ 8,664.31	\$ 17,328.63	
Imprevistos	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
				\$ 18,328.63
Suministros de Oficina				
Papel	1	\$ 5.00	\$ 5.00	
Grapadoras	1	\$ 3.00	\$ 3.00	
Facturero	5	\$ 25.00	\$ 125.00	
Plumas (caja)	1	\$ 5.00	\$ 5.00	
Tinta de impresora	1	\$ 70.00	\$ 70.00	
				\$ 208.00
Menaje de Cocina				
Platos	150	\$ 2.10	\$ 315.00	
Copas	70	\$ 2.00	\$ 140.00	
Cubertería	25	\$ 13.87	\$ 346.75	
Espátulas	4	\$ 12.51	\$ 50.04	
Contenedores de salsa	6	\$ 4.78	\$ 28.68	
Pinzas	4	\$ 6.78	\$ 27.12	
				\$ 907.59
Terreno				
Terreno m <sup>2</sup>	200	\$ 350.00	\$ 70,000.00	
				\$ 70,000.00
Edificio- Infraestructura				
Construcción planta baja	1	\$ 24,921.50	\$ 24,921.50	
Decoración	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	
				\$ 27,421.50

Tabla 34

*Inversión inicial parte 2*

DETALLE	CANT.	COSTO UNIT.	SUBTOTAL	TOTAL
Equipo Electrónico				
Acondicionador de aire	5	\$ 890.00	\$ 4,450.00	
PC	1	\$ 200.00	\$ 200.00	
Laptop	1	\$ 500.00	\$ 500.00	
Impresora	1	\$ 250.00	\$ 250.00	
				5,400.00
Equipo de Produccion				
Cocina industrial	1	\$ 690.00	\$ 690.00	
Licuadaora	3	\$ 60.00	\$ 180.00	
Mesa con pozo	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00	
Trampa de grasa	1	\$ 250.00	\$ 250.00	
Congelador	1	\$ 450.00	\$ 450.00	
Campana industrial	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	
Mesa de trabajo	2	\$ 100.00	\$ 200.00	
Plancha y freidora	1	\$ 450.00	\$ 450.00	
Dispensador de gaseosas	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
Horno	1	\$ 750.00	\$ 750.00	
				\$ 6,270.00
muebles y encerres				
Mesas	30	\$ 280.00	\$ 8,400.00	
Sillas	120	\$ 36.00	\$ 4,320.00	
Mostrador	1	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 12,870.00
Gastos de Constitución				
Planos			\$ 1,600.00	
Extintores	5	\$ 30.00	\$ 150.00	
Consultoría técnica			\$ 420.00	
Tasas y permisos			\$ 457.56	
				\$ 2,627.56
TOTAL INVERSIÓN				\$ 144,033.28

El desembolso inicial equivale a 144.033,28 que refleja el valor total requerido para la inversión, ya que el capital social aportado es igual a 30% y en cuanto la carrera de Hotelería y Turismo deberá realizar un préstamo por 70 % el total del proyecto

**Tabla de amortización**

Tabla 35

*Tabla de financiamiento de crédito, método francés*

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO	
Monto crédito	\$ 100.823,29
Número de periodos	4
Tasa de interes anual	10,56%
Tasa de interes mensual	0,88%
cuota anual	\$ 32.193,22
cuota mensual	\$ 2.584,34

<b>Periodo</b>	<b>saldo capital</b>	<b>pago capital</b>	<b>pago interés</b>	<b>Cuota</b>
1	\$ 100.823,29	\$ 1.697,09	\$ 887,24	\$ 2.584,34
2	\$ 99.126,20	\$ 1.712,03	\$ 872,31	\$ 2.584,34
3	\$ 97.414,17	\$ 1.727,09	\$ 857,24	\$ 2.584,34
4	\$ 95.687,08	\$ 1.742,29	\$ 842,05	\$ 2.584,34
5	\$ 93.944,78	\$ 1.757,63	\$ 826,71	\$ 2.584,34
6	\$ 92.187,16	\$ 1.773,09	\$ 811,25	\$ 2.584,34
7	\$ 90.414,06	\$ 1.788,70	\$ 795,64	\$ 2.584,34
8	\$ 88.625,37	\$ 1.804,44	\$ 779,90	\$ 2.584,34
9	\$ 86.820,93	\$ 1.820,32	\$ 764,02	\$ 2.584,34
10	\$ 85.000,62	\$ 1.836,33	\$ 748,01	\$ 2.584,34
11	\$ 83.164,28	\$ 1.852,49	\$ 731,85	\$ 2.584,34
12	\$ 81.311,79	\$ 1.868,80	\$ 715,54	\$ 2.584,34
13	\$ 79.442,99	\$ 1.885,24	\$ 699,10	\$ 2.584,34
14	\$ 77.557,75	\$ 1.901,83	\$ 682,51	\$ 2.584,34
15	\$ 75.655,92	\$ 1.918,57	\$ 665,77	\$ 2.584,34
16	\$ 73.737,35	\$ 1.935,45	\$ 648,89	\$ 2.584,34
17	\$ 71.801,90	\$ 1.952,48	\$ 631,86	\$ 2.584,34
18	\$ 69.849,42	\$ 1.969,66	\$ 614,67	\$ 2.584,34
19	\$ 67.879,75	\$ 1.987,00	\$ 597,34	\$ 2.584,34
20	\$ 65.892,76	\$ 2.004,48	\$ 579,86	\$ 2.584,34
21	\$ 63.888,27	\$ 2.022,12	\$ 562,22	\$ 2.584,34
22	\$ 61.866,15	\$ 2.039,92	\$ 544,42	\$ 2.584,34
23	\$ 59.826,23	\$ 2.057,87	\$ 526,47	\$ 2.584,34
24	\$ 57.768,36	\$ 2.075,98	\$ 508,36	\$ 2.584,34

<b>Periodo</b>	<b>Saldo capital</b>	<b>Pago capital</b>	<b>Pago interés</b>	<b>Cuota</b>
25	\$ 55.692,39	\$ 2.094,25	\$ 490,09	\$ 2.584,34
26	\$ 53.598,14	\$ 2.112,68	\$ 471,66	\$ 2.584,34
27	\$ 51.485,46	\$ 2.131,27	\$ 453,07	\$ 2.584,34
28	\$ 49.354,20	\$ 2.150,02	\$ 434,32	\$ 2.584,34
29	\$ 47.204,17	\$ 2.168,94	\$ 415,40	\$ 2.584,34
30	\$ 45.035,23	\$ 2.188,03	\$ 396,31	\$ 2.584,34
31	\$ 42.847,20	\$ 2.207,28	\$ 377,06	\$ 2.584,34
32	\$ 40.639,92	\$ 2.226,71	\$ 357,63	\$ 2.584,34
33	\$ 38.413,21	\$ 2.246,30	\$ 338,04	\$ 2.584,34
34	\$ 36.166,91	\$ 2.266,07	\$ 318,27	\$ 2.584,34
35	\$ 33.900,84	\$ 2.286,01	\$ 298,33	\$ 2.584,34
36	\$ 31.614,82	\$ 2.306,13	\$ 278,21	\$ 2.584,34
37	\$ 29.308,69	\$ 2.326,42	\$ 257,92	\$ 2.584,34
38	\$ 26.982,27	\$ 2.346,90	\$ 237,44	\$ 2.584,34
39	\$ 24.635,38	\$ 2.367,55	\$ 216,79	\$ 2.584,34
40	\$ 22.267,83	\$ 2.388,38	\$ 195,96	\$ 2.584,34
41	\$ 19.879,44	\$ 2.409,40	\$ 174,94	\$ 2.584,34
42	\$ 17.470,04	\$ 2.430,60	\$ 153,74	\$ 2.584,34
43	\$ 15.039,44	\$ 2.451,99	\$ 132,35	\$ 2.584,34
44	\$ 12.587,45	\$ 2.473,57	\$ 110,77	\$ 2.584,34
45	\$ 10.113,88	\$ 2.495,34	\$ 89,00	\$ 2.584,34
46	\$ 7.618,54	\$ 2.517,30	\$ 67,04	\$ 2.584,34
47	\$ 5.101,24	\$ 2.539,45	\$ 44,89	\$ 2.584,34
48	\$ 2.561,80	\$ 2.561,80	\$ 22,54	\$ 2.584,34
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

## Balance Inicial

Tabla 36

### Balance Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente	\$ 19.444,22	Pasivo largo plazo	
Caja	\$ 18.328,63	Prestamo bancario	\$ 100.823,29
Suministros de oficina	\$ 208,00		
Menaje de cocina	\$ 907,59		
		Total PASIVOS	\$ 100.823,29
Propiedad, planta y equipo	\$ 121.961,50		
Equipo electrónico	\$ 5.400,00	PATRIMONIO	
Equipo de producción	\$ 6.270,00	Capital propio	\$ 43.209,98
Muebles y enseres	\$ 12.870,00		
Terreno	\$ 70.000,00	Total PATRIMONIO	\$ 43.209,98
Edificio	\$ 27.421,50		
Otros activos	\$ 2.627,56		
Gastos de constitución	\$ 2.627,56		
Total ACTIVOS	\$ 144.033,28	Total PASIVOS y PATRIMONIO	\$ 144.033,28

## Proyección anual de gastos

Tabla 37

### Resumen anual de gastos anuales

RESUMEN DE GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>					
Sueldo Administrador	13.837,20	14.744,33	14.767,92	14.791,55	14.815,22
Servicios básicos	4.800,00	4.807,68	4.815,37	4.823,08	4.830,79
Internet	744,00	745,19	746,38	747,58	748,77
Uniformes	200,00	200,32	200,64	200,96	201,28
Mantenimiento	200,00	200,32	200,64	200,96	201,28
Suministro de oficina	208,00	208,33	208,67	209,00	209,33
Depreciación Tangible	5.712,08	5.712,08	5.712,08	3.912,08	3.912,08
Amortización Intangible	525,51	525,51	525,51	525,51	525,51
Total Gastos					
Administrativos	26.226,79	27.143,76	27.177,21	25.410,72	25.444,27
<u>GASTOS DE PUBLICIDAD</u>					
Publicidad	1.000,00	1.001,60	1.003,20	1.004,81	1.006,42
Total Gastos de Publicidad	1.000,00	1.001,60	1.003,20	1.004,81	1.006,42
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>					
Intereses de préstamo	9.631,77	7.261,47	4.628,38	1.703,38	-
Total Gasto Financiero	9.631,77	7.261,47	4.628,38	1.703,38	-
TOTAL	36.858,56	35.406,83	32.808,80	28.118,91	26.450,69

## Proyección anual de costos

Tabla 38

*Costos operacionales y sus proyecciones anuales*

PROYECCIÓN ANUAL DE COSTOS					
Rubros	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL DE COSTOS	\$ 41.031,90	\$ 41.097,55	\$ 41.163,31	\$ 41.229,17	\$ 41.295,14

## Proyección de ingresos

Tabla 39

*Porcentajes de ocupación mensual aplicados por cada año*

AÑO	1	2	3	4	5
ENERO	50%	55%	60%	65%	70%
FEBRERO	50%	55%	60%	65%	70%
MARZO	60%	65%	75%	80%	85%
ABRIL	60%	65%	75%	80%	85%
MAYO	50%	55%	60%	65%	70%
JUNIO	50%	55%	60%	65%	70%
JULIO	50%	55%	60%	65%	70%
AGOSTO	50%	55%	60%	60%	70%
SEPTIEMBRE	50%	55%	60%	60%	70%
OCTUBRE	50%	55%	60%	65%	70%
NOVIEMBRE	50%	55%	60%	65%	70%
DICIEMBRE	60%	65%	75%	80%	85%
PROMEDIO	53%	58%	64%	68%	74%

Se establece un margen ocupacional de 50% durante el primer año, cifra que varía solo durante los meses de marzo, abril y diciembre que son los meses en los cuales los comensales cuentan con más poder adquisitivo, en base a los beneficios laborales tales como los décimos y utilidades. Adicional se incrementa en un porcentaje del 5% anual y el 10% adicional en los meses anteriormente mencionados en base a nuevos platos ofrecidos y a una proyección de venta mayor con pilares en seguir los estándares de calidad que permitan al establecimiento un aumento ocupacional.

## Ingresos por ventas

Tabla 40

Detalle por año de ingreso anual por ventas

Rubros	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO	
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6						
% Ocupación promedio	50%	50%	60%	60%	50%	50%						
Cantidad (personas)*	780	780	936	936	780	780						
	P.U.	P.T.										
25% Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 2.106,00	\$ 9,00	\$ 2.106,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00
20% Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.497,60	\$ 8,00	\$ 1.497,60	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.248,00
15% Arroz con choclo y pollo con char	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 1.123,20	\$ 8,00	\$ 1.123,20	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00
15% Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00
15% Arroz Con choclo y pollo/carne a l	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 1.123,20	\$ 8,00	\$ 1.123,20	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00
10% Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 702,00
50% Colas	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 936,00	\$ 2,00	\$ 936,00	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 780,00
20% Aguas	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 224,64	\$ 1,20	\$ 224,64	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 187,20
30% Jugos naturales	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 982,80	\$ 3,50	\$ 982,80	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00
30% Cocktails	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.404,00	\$ 5,00	\$ 1.404,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00
30% Micheladas	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.544,40	\$ 5,50	\$ 1.544,40	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.287,00
40% Cervezas (nacionales e internaciona	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.872,00	\$ 5,00	\$ 1.872,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00
35% Queso de leche	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 982,80	\$ 3,00	\$ 982,80	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 819,00
35% Torta de chocolate	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.474,20	\$ 4,50	\$ 1.474,20	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.228,50
30% Copa de helado	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 982,80	\$ 3,50	\$ 982,80	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 18.359,64</b>		<b>\$ 18.359,64</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 15.299,70</b>

Tabla 41

*Detalle por año de ingreso anual por ventas*

Rubros	JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		Total
	Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		
	50%		50%		50%		50%		50%		60%		
Cantidad (personas)*	780		780		780		780		780		936		9828
	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	
25% Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 1.755,00	\$ 9,00	\$ 2.106,00	\$ 22.113,00
20% Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.248,00	\$ 8,00	\$ 1.497,60	\$ 15.724,80
15% Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 1.123,20	\$ 11.793,60
15% Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 13.267,80
15% Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 1.123,20	\$ 11.793,60
10% Lomo saltados	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 702,00	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 8.845,20
50% Colas	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 780,00	\$ 2,00	\$ 936,00	\$ 9.828,00
20% Aguas	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 187,20	\$ 1,20	\$ 224,64	\$ 2.358,72
30% Jugos naturales	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 982,80	\$ 10.319,40
30% Cocktails	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.170,00	\$ 5,00	\$ 1.404,00	\$ 14.742,00
30% Micheladas	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.287,00	\$ 5,50	\$ 1.544,40	\$ 16.216,20
40% Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.560,00	\$ 5,00	\$ 1.872,00	\$ 19.656,00
35% Queso de leche	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 819,00	\$ 3,00	\$ 982,80	\$ 10.319,40
35% Torta de chocolate	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.228,50	\$ 4,50	\$ 1.474,20	\$ 15.479,10
30% Copa de helado	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 819,00	\$ 3,50	\$ 982,80	\$ 10.319,40
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 15.299,70</b>		<b>\$ 18.359,64</b>	<b>\$ 192.776,22</b>

Tabla 42

*Ingresos por venta, proyección anual*

Rubros	PROYECCIÓN ANUAL DE INGRESOS				
	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>TOTAL DE INGRESOS ANUALES</b>	<b>\$ 192,776.22</b>	<b>\$ 213,845.37</b>	<b>\$ 231,141.44</b>	<b>\$ 242,039.10</b>	<b>\$ 263,871.09</b>

## Estado de resultado

Tabla 43

*Estado de resultado anual*

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$ 192.776,22	\$ 213.845,37	\$ 231.141,44	\$ 242.039,10	\$ 263.871,09
Total Ingresos	\$ 192.776,22	\$ 213.845,37	\$ 231.141,44	\$ 242.039,10	\$ 263.871,09
(-) Costos de Operación	\$ 98.254,65	\$ 102.002,37	\$ 102.165,57	\$ 102.329,03	\$ 102.492,76
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 94.521,57	\$ 111.843,01	\$ 128.975,87	\$ 139.710,07	\$ 161.378,33
(-) Gastos en Administración	\$ 26.226,79	\$ 27.143,76	\$ 27.177,21	\$ 25.410,72	\$ 25.444,27
(-) Gastos de Ventas	\$ 1.000,00	\$ 1.001,60	\$ 1.003,20	\$ 1.004,81	\$ 1.006,42
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 67.294,78	\$ 83.697,64	\$ 100.795,45	\$ 113.294,54	\$ 134.927,64
(-) Gastos Financieros	\$ 9.631,77	\$ 7.261,47	\$ 4.628,38	\$ 1.703,38	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 57.663,01	\$ 76.436,18	\$ 96.167,07	\$ 111.591,16	\$ 134.927,64
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 8.649,45	\$ 11.465,43	\$ 14.425,06	\$ 16.738,67	\$ 20.239,15
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 49.013,56	\$ 64.970,75	\$ 81.742,01	\$ 94.852,49	\$ 114.688,49
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 10.782,98	\$ 14.293,56	\$ 17.983,24	\$ 20.867,55	\$ 25.231,47
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 38.230,57	\$ 50.677,18	\$ 63.758,77	\$ 73.984,94	\$ 89.457,02

## Flujo de caja

Tabla 44

*Flujo de caja anual*

FLUJO DE CAJA ANUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>RUBROS</b>						
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
Ingresos por ventas		\$ 207.518,22	\$ 220.737,35	\$ 242.459,10	\$ 253.773,86	\$ 276.845,62
(-) Egresos de efectivo		\$ 119.243,85	\$ 148.310,63	\$ 152.189,99	\$ 160.529,33	\$ 166.066,70
Costos de operación		\$ 98.254,65	\$ 102.002,37	\$ 102.165,57	\$ 102.329,03	\$ 102.492,76
Gastos de administración		\$ 19.989,20	\$ 20.906,18	\$ 20.939,63	\$ 20.973,13	\$ 21.006,69
Gastos de ventas		\$ 1.000,00	\$ 1.001,60	\$ 1.003,20	\$ 1.004,81	\$ 1.006,42
Participación de trabajadores	0		\$ 10.860,75	\$ 12.499,22	\$ 16.122,71	\$ 18.498,89
Impuesto a la renta	0		\$ 13.539,74	\$ 15.582,36	\$ 20.099,64	\$ 23.061,95
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 88.274,37	\$ 72.426,72	\$ 90.269,11	\$ 93.244,53	\$ 110.778,92
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 21.380,30	\$ 23.750,61	\$ 26.383,69	\$ 29.308,69	\$ -
Pago de intereses		\$ 9.631,77	\$ 7.261,47	\$ 4.628,38	\$ 1.703,38	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$(144.033,28)	\$ (31.012,07)	\$ (31.012,07)	\$ (31.012,07)	\$ (31.012,07)	\$ -
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	\$(144.033,28)	\$ 57.262,30	\$ 41.414,64	\$ 59.257,04	\$ 62.232,46	\$ 110.778,92

## Balance General

Tabla 45

*Balance General*

ACTIVOS	BALANCE GENERAL ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 60.848,92	\$ 100.339,64	\$ 150.601,62	\$ 204.913,37	\$ 306.672,37
Menaje de cocina	\$ 907,59	\$ 907,59	\$ 907,59	\$ 907,59	\$ 907,59
Suministros de oficina	\$ 208,00	\$ 208,00	\$ 208,00	\$ 208,00	\$ 208,00
Total Activos Corrientes	\$ 61.964,51	\$ 101.455,23	\$ 151.717,21	\$ 206.028,96	\$ 307.787,96
Activos Fijos					
Equipo de producción	\$ 6.270,00	\$ 6.270,00	\$ 6.270,00	\$ 6.270,00	\$ 6.270,00
Equipo electrónico	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Terreno	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
Edificio	\$ 27.421,50	\$ 27.421,50	\$ 27.421,50	\$ 27.421,50	\$ 27.421,50
Muebles y enseres	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00	\$ 12.870,00
(-) Depreciación acumulada	\$ (5.712,08)	\$ (11.424,15)	\$ (17.136,23)	\$ (21.048,30)	\$ (24.960,38)
Total Activos Fijos	\$ 116.249,43	\$ 110.537,35	\$ 104.825,28	\$ 100.913,20	\$ 97.001,13
Activos Diferidos					
Gastos de constitución	\$ 2.627,56	\$ 2.627,56	\$ 2.627,56	\$ 2.627,56	\$ 2.627,56
(-) Amortización Acumulada	\$ (525,51)	\$ (1.051,02)	\$ (1.576,54)	\$ (2.102,05)	\$ (2.627,56)
Total Activos Diferidos	\$ 2.102,05	\$ 1.576,54	\$ 1.051,02	\$ 525,51	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 180.315,99	\$ 213.569,12	\$ 257.593,51	\$ 307.467,67	\$ 404.789,09
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por P.	\$ 8.649,45	\$ 11.465,43	\$ 14.425,06	\$ 16.738,67	\$ 20.239,15
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 10.782,98	\$ 14.293,56	\$ 17.983,24	\$ 20.867,55	\$ 25.231,47
Total Pasivos Corrientes	\$ 19.432,43	\$ 25.758,99	\$ 32.408,30	\$ 37.606,22	\$ 45.470,61
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 79.442,99	\$ 55.692,39	\$ 29.308,69	\$ 0,00	\$ 0,00
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 79.442,99	\$ 55.692,39	\$ 29.308,69	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 98.875,43	\$ 81.451,38	\$ 61.717,00	\$ 37.606,22	\$ 45.470,61
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 43.209,98	\$ 43.209,98	\$ 43.209,98	\$ 43.209,98	\$ 43.209,98
Utilidad Neta del Ejercicio (cada periodo)	\$ 38.230,57	\$ 50.677,18	\$ 63.758,77	\$ 73.984,94	\$ 89.457,02
Utilidades Retenidas (acum de periodos anteriores)	\$ -	\$ 38.230,57	\$ 88.907,76	\$ 152.666,53	\$ 226.651,47
TOTAL PATRIMONIO	\$ 81.440,56	\$ 132.117,74	\$ 195.876,51	\$ 269.861,45	\$ 359.318,47
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 180.315,99	\$ 213.569,12	\$ 257.593,51	\$ 307.467,67	\$ 404.789,09

## Evaluación financiera

Tabla 46

*Evaluación del proyecto*

<b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b>	
Tasa de Descuento	12%
Inversión inicial	\$ (144.033,28)
Flujo 1	\$ 42.520,30
Flujo 2	\$ 39.490,72
Flujo 3	\$ 50.261,97
Flujo 4	\$ 54.311,75
Flujo 5	\$ 101.759,00
VPN	\$ 47.719,11
TIR	24%
B/C	\$ 1,37
PRI	3,19

La propuesta del restaurante escuela de la UCSG es un proyecto viable en cuanto el valor reflejado es mayor a 0, adicional el porcentaje de TIR es de 24%, lo que es mayor a la tasa de descuento, y por cada dólar invertido se recupera un dólar con cincuenta y siete centavos y el periodo de recuperación de lo invertido equivale a 3 años y 2 meses, sin embargo el préstamo se realizó a 4 años en base a tener un soporte para cualquier eventualidad y que la cuota mensual a pagar no sea tan elevada.

## Punto de equilibrio

Tabla 47

*Punto de equilibrio*

Costos Variables	
Materia Prima	\$ 41.031,90
Servicios Básicos	\$ 4.800,00
Total Costos Variables	\$ 45.831,90
Costo Total Operativo	\$ 127.875,62
Costo Fijos	\$ 57.222,75
Ventas Totales	\$ 192.776,22
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 75.070,51
EN PORCENTAJE (PE)	38,94%

## Razones Financieras

Tabla 48

*Proyección por años de ratios*

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	49,03%	52,30%	55,80%	57,72%	61,16%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	40,45%	45,31%	49,43%	52,96%	55,43%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,21	\$ 0,24	\$ 0,25	\$ 0,24	\$ 0,22
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	0,88	1,17	1,48	1,71	2,07

## Conclusiones

El resultado de la investigación revela que las personas están interesadas en la implementación de un restaurante escuela, el cual tiene como objetivo establecer un lugar predeterminado para que los estudiantes realicen sus prácticas y a su vez sigan absorbiendo conocimiento durante la realización de las prácticas pre-profesionales.

Según los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes, se obtuvo como resultado un 34% de alumnos que se encuentran nada conformes con el lugar asignado para las prácticas pre profesionales y solo un porcentaje del 21% se encuentran satisfechos con el lugar asignado para el desarrollo de las mismas.

Según los resultados de las encuestas realizadas a los futuros consumidores, se obtuvo como resultado que un 93,70% de personas asistirían a un restaurante escuela, cuya fortaleza es el servicio que se brindará a los consumidores. Para el posicionamiento de mercado se utilizarán las cuñas radiales de UCSG radio (1190 AM) ya que al ser un Restaurante Escuela de la UCSG, es una opción considerable para promocionar el establecimiento por este medio y se complementarán con redes sociales como (a) Facebook, (b) Instagram, y (c) Snapchat.

El análisis de la propuesta del negocio determinó que el proyecto es viable y rentable, debido a que con una inversión de \$144.033,28 se obtuvo como resultado estimado un VAN de \$ 47.719,11 que es excelente para el proyecto, una TIR del 24% que es mayor a la tasa de descuento por lo que se considera aceptable y una relación beneficio costo que es mayor a cada unidad de dólar invertido, ya que por cada dólar se recupera 1.37 dólares. Además, se espera que el proyecto retorne la inversión en 3 años 2 meses aproximadamente.

## **Recomendaciones**

Dada por culminada la investigación y demás procesos que conciernen a la implementación del restaurante escuela, con la ejecución a corto plazo de la nueva malla curricular de la carrera Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, se recomienda integrar, de forma imperiosa, el restaurante escuela, a todos los estudiantes de octavo ciclo que estén matriculados en Prácticas pre-profesionales V; debido a que en esas prácticas es donde se especializarán en Cocina Ecuatoriana e Internacional.

Con lo que respecta a la provisión de insumos e ingredientes se realizarán posibles acuerdos con otras facultades, como la Facultad Técnica para el Desarrollo para el aprovisionamiento de alimentos al restaurante, y también se recomienda involucrar a otras facultades como Ingeniería en Sistemas para el diseño del software para el manejo tanto de las ventas, inventario y otros procesos del establecimiento.

En la parte organizacional del restaurante escuela, con el recurrir de las labores, se podrán realizar cambios para el perfeccionamiento de los servicios y optimizar los recursos para garantizar la total satisfacción de los clientes. Finalmente, se considera tener muy en cuenta realizar los respectivos mantenimientos, en el tiempo requerido, de todos los equipos del establecimiento para evitar posibles molestias a los consumidores.

## Referencias

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2015). *Emisión de permisos de funcionamiento*. Recuperado de <http://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Barrios, M. (2006). *Manual de trabajo de grado especialización y maestrías y tesis doctorales (3ra reimpresión)* Caracas: .Ediciones FEDUPEL.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación 3a ed.* Bogotá, Colombia: Pearson.
- Benemérito cuerpo de Bomberos de Guayaquil. (2015). Recuperado de <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/309-requisitos-minimos-para-establecimientos-en-general#R2>
- Almeida, A., Redin, L. & Martin, J. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid: Editorial SINTESIS S.A.
- Blanco, A. (2007). *Atención al cliente*. Madrid: Pirámide Ediciones.
- Carro, R., & Gonzales, D. (2014). Normas HACCP, Sistemas de Análisis y punto de control. Recuperado de [http://www.academia.edu/6475116/Roberto\\_Daniel](http://www.academia.edu/6475116/Roberto_Daniel)
- Cruz, I. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. México: ITSON.
- Consejo de educación superior (2013). *Reglamento de régimen Académico*. Recuperado de [http://www.snaa.gob.ec/wp-content/themes/institucion/dw-pages/Descargas/regimen\\_academico.pdf](http://www.snaa.gob.ec/wp-content/themes/institucion/dw-pages/Descargas/regimen_academico.pdf)
- Escobar, M. (2010). La certificación de calidad: Logro no alcanzado, una paradoja. *Journal of Global Business Administration*, 2 (1), 32-52.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. (4ta ed.). México: MCGRAW-HILL.

- Flores, J. (2014). Presidentes constitucionales del Ecuador. Recuperado de <https://issuu.com/hdavalos/docs/presidentes-constitucionales-del-ec>
- GAD Municipal de Guayaquil. (2014). *Permiso para instalación de Rótulos*. Recuperado de <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-el-permiso-para-la-instalaci%C3%B3n-de-r%C3%B3tulos-publicitarios>
- GAD Municipal de Guayaquil. (2014). *Tasa de Habilitación*. Recuperado de <http://www.guayaquil.gob.ec/obtener-tasa-habilitacion>
- GAD Municipal de Guayaquil. (2014). *Patente Municipal*. Recuperado de <http://www.guayaquil.gob.ec/c%C3%B3mo-obtengo-una-solicitud-para-registro-de-patente>
- García, S. (2017). *INEC el costo de la canasta básica familiar llegó a \$701 en enero*. Recuperado de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/economia/238766-inec-costo-canasta-basica-familiar-llego-701-enero>
- Grupo Santillana. (2005). *Diccionario Integral de primaria con sinónimos y antónimos*. Ecuador: Grupo Santillana.
- Guayaquil es mi destino (2015). *Historia de Guayaquil*. Recuperado de <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/descubre-guayaquil/generalidades/historia>

- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P (2014). *Metodología de la Investigación* (5ta edición). México: Mc Graw Hill Educación. INEC (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ntos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Estratificacion\\_Nivel\\_Socioeconomico/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ntos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf)
- INEC (2014). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2012-2014\\_PRESENTACION\\_TIC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf)
- INEC (2016). *Reporte de pobreza y desigualdad*. Recuperado de [http://www.ras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Diciembre\\_2016/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad-dic16.pdf](http://www.ras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Diciembre_2016/Reporte%20pobreza%20y%20desigualdad-dic16.pdf)
- INEC (2017). *Tasa de empleo adecuado/pleno por sexo*. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas-tics/2012-2014\\_PRESENTACION\\_TIC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas-tics/2012-2014_PRESENTACION_TIC.pdf)
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2017). *Permiso de la propiedad intelectual*.
- Interagua. (2017). *Trampa de Grasa*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/2015-02-20-22-41-48/impuesto-del-uno-por-mil>

- Izquierdo, C. (2011). Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas. *Retos*, Vol. 1 (1). Recuperado de [http://ret.ups.edu.ec/documentos/1999140/2025183/V1\\_Isquierdo.pdf](http://ret.ups.edu.ec/documentos/1999140/2025183/V1_Isquierdo.pdf)
- Kotler, P.& Amstrong, G.(2012). *Marketing 4a ed.* características de los servicios. México: PEARSON EDUCACIÓN
- Kotler, P., & Nuñez, R. (2008). Las preguntas más frecuentes del Marketing. Bogotá: Norma.
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2000). *Dirección de Marketing* (milenio ed.). México: Prentice Hall.
- La Escuela de los chefs (2017). Reglamentación. Recuperado de <http://servicios.turismogob.ec/index.php/portafolio/registro-de-establecimientos-turisticos#alimentos-y-bebidas>
- Ludewig, C. (2000). Universo y Muestra. Obtenido de Academia. Recuperado de: [http://www.academia.edu/7709512/universo\\_y\\_muestra](http://www.academia.edu/7709512/universo_y_muestra)
- Miller, P. (2017). *Turistas bien servidos*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/entretenimiento/2017/05/05/nota/6167338/turistas-bien-servidos>
- Ministerio de Educación (2015). *Estadística Educativa*. Recuperado de [https://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB\\_EstadisticaEducativaVol1\\_mar2015.pdf](https://educacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2016/01/Publicaciones/PUB_EstadisticaEducativaVol1_mar2015.pdf)
- Ministerio de Relaciones laborales (2012). *Norma de pasantías y prácticas pre-profesionales*. Recuperado de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/ACUERDO-MINISTERIAL-NORMA-DE-PASANT%3%8DAS-Y-PR%3%81CTICAS-PRE-PROFESIONALES.pdf>

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Registro de alojamientos de servicios de alimentos y bebidas*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-actividades-turisticas/110-registro-de-alimentos-y-bebidas>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). CFN amplía las líneas de crédito para el sector turístico. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/cfn-amplia-las-lineas-de-credito-para-el-sector-turistico/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Impuesto del uno por mil*. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/2015-02-20-22-41-48/impuesto-del-uno-por-mil>
- Ministerio del Ambiente (2012). *Historia de Creación*. Recuperado de Ministerio del Ambiente:<http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Historia-de-Creacion.pdf>
- Ministerio del Ambiente (2012). Programa Nacional para la Gestión Integral de Desechos Sólidos PNGIDS ECUADOR. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Muñoz, F. (2011). La Visión convencional del Turismo según sus primeros codificadores (los grundisse de Hunziker y Krapf, 1972). *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, 3 (8), 1-20
- M.I. Municipalidad de Guayaquil. (2010). *Recolección de basura*. Recuperado de <http://www.guayaquil.gob.ec/Ordenanzas/Recolecci%C3%B3n%20de%20Basura/23-12-2010.%20Ordenanza%20que%20norma%20el%20manejo%20de%20los%20des>

echos%20s%C3%B3lidos%20no%20peligrosos%20generados%20en%20GYE.pdf

Normas ISO 9001 (2013). *Concepto de calidad*. Recuperado de <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>

Noticanarias (2017). *Interior del Bistró Escuela de Melenara*. Recuperado de <http://www.noticanarias.com/2017/gastro-melenara-anima-la-zona-costera-telde-domingo-5-marzo/interior-del-bistro-escuela-de-melenara-2/>

Parella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa 2 a ed.* Venezuela: FEDUPEL

Porter, M. (2010). *Ser competitivo*. España: Deusto.

Prieto, G., & Delgado, A. (2010). *Fiabilidad y Validez*. Papeles del Psicólogo, vol. 31, núm.1, Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/778/77812441007.pdf>

Recuperado de <file:///C:/Users/Transcura/Downloads/RUC-FICHA%20REQUISITOS%20PARA%20INSCRIPCI%C3%93N%20O%20ACTUALIZACI%C3%93N%20SOCIEDADES.pdf>

Recuperado de <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>

Revista de gestión (2012). *Ranking Anual*. Recuperado de: [http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2012/05/216\\_006.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2012/05/216_006.pdf)

Saavedra, M. (2008). *Elaboración de tesis profesionales* (Primera ed.). México: Pax México.

Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2005). *Economía* (18va edición). México D.F., México: Mc Graw Hill Interamericana

- Saboreando Canarias (2017). *Abre sus puertas el bistró escuela de Melenara*. Recuperado de <https://www.saboreandocanarias.com/2017/02/06/abre-sus-puertas-el-bistro-escuela-de-melenara/>
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos en Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Servicio de Rentas Internas. (2017). Registro del RUC para personas Jurídicas.
- Tschohl, J. (2008). *El arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia del servicio al cliente 5 a ed.* USA : Service Quality Institute.
- Universidad de La Sabana (2017). *Concepto de Restaurante Escuela*. Recuperado de <https://www.unisabana.edu.co/programas/carreras/escuela-internacional-de-ciencias-economicas-y-administrativas/gastronomia/restaurante-escuela/>
- Universidad San Francisco de Quito (2017). *Marcus*. Recuperado de [https://www.usfq.edu.ec/sobre\\_la\\_usfq/servicios/foodservice/marcus/Paginas/marcus.aspx](https://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/foodservice/marcus/Paginas/marcus.aspx)
- Vásquez, M. (2007). Conceptos de calidad para la organización. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-de-calidad-para-la-organizacion/>
- Morga, R. (2012). *Teoría y Técnica de la entrevista 1 a ed.* Concepto de la entrevista. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/salud/Teoria\\_y\\_tecnica\\_de\\_la\\_entrevista.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/salud/Teoria_y_tecnica_de_la_entrevista.pdf)
- Torruco, M., Ramírez, B. (2007). *Elementos del Turismo* (4 a ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia San José.

Banco Central del Ecuador. (2017). *Tasa de interés junio 2017*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

## Apéndice

### Apéndice A.

#### **Entrevista a las autoridades de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil Dr. Aquiles Rigail Santiestevan, Asesor Jurídico, UCSG**

1. ¿Desde su punto de vista como considera las practicas pre profesionales en la ciudad de Guayaquil?

El tema de las prácticas pre profesionales, es de gran importancia ya que son fundamentales para desarrollar sus habilidades, como por ejemplo en la facultad de jurisprudencia, la carrera de Derecho realiza las prácticas pre profesionales son decisivas para que el estudiante logre ser abogado en diferentes entidades públicas o privadas.

2. ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? ¿Podría manifestar una explicación sobre el tema?

La práctica pre profesional son experiencias que obtienen los estudiantes en una empresa determinada y son fundamentales para la obtención del título universitario mientras que las pasantías son trabajos temporales en empresas públicas o privadas para conocer y aprender las labores internas del establecimiento con actividades básicas como por ejemplo ordenar los documentos o hacer informes, pero no son trascendentes como hacer una práctica pre profesional ya que son más exigentes y van acorde a su profesión , las pasantías generalmente se realizan en los ciclos básicos de la carrera. Las dos definiciones cumplen un mismo objetivo el cual es preparar al estudiante para que sea un personal destacado y ejerza con los debidos conocimientos y competencias.

3. ¿Considera usted que el proyecto Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras favorecía a los estudiantes de dicha carrera?

Me parece perfecto definitivamente, que maravilla que ustedes tengan un restaurante donde se puedan hacer las prácticas en el sentido que se pueda mejorar y reforzar con conocimientos adquiridos durante sus prácticas.

4. ¿Considera usted que exista algún impedimento para realizar el proyecto?

No considero exista ningún impedimento, y estoy seguro que el rector me mandara el proyecto para dar un criterio y diré pues que más quiere la carrera de tener un lugar

donde los estudiantes puedan mejorar sus conocimientos, puedan acelerar sus actitudes para su profesión.

#### 5. Recomendaciones.

El Dr. Rigail recomendó que el proyecto restaurante escuela sea parte de la carrera Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas Y Hoteleras ya que considera que es la única forma de realizar el proyecto debido a que la carrera es sin fines de lucro y toda la ganancias serán reinvertidas en el mismo proyecto. El proceso de realización del proyecto es una vez ya terminado todas las fases que implica la realización del mismo, enviar el proyecto al rectorado, el rectorado pide informes al asesor jurídico y luego pasa por consejo universitario para que se apruebe.

#### **Lic. Paola Gálvez, profesora de la materia alimentos y bebidas de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y hoteleras, UCSG**

- 1) ¿Desde su punto de vista como considera las practicas pre profesionales en la ciudad de Guayaquil?

Creo que el mercado aún no está preparado para aquello, que si bien existe una norma para que todas las personas que están en proceso de formación puedan vincularse al mercado laboral e ir adquiriendo experiencia, lamentablemente la estructura del comercio no está preparada para recibir y para tener la capacidad de percibir cierto valor, existe en nuestra cultura la idea de que el estudiante debe ir a trabajar gratis y que las empresas les hacen un favor por entregarles algún conocimiento, también creo que las empresas no están preparadas, porque al interior de sus estructuras no existe un proceso de formación y ahí radica esa ruptura entre el sector privado y el académico, siempre hay una brecha enorme entre aquello que provee la universidad como personas formadas y lo que el mercado requiere, sobretodo en el ámbito turístico el mercado es muy dinámico, los gustos y las necesidades van cambiando, las tendencias van cambiando, las formas en las que requerimos las cosas van cambiando y por ende no existe esa renovación constante y eso obliga un poco a que el sector privado no quiera hacer un programa de formación PRE-profesional o un modelo en marcha donde estos estudiantes puedan irlo asumiendo como tal, por ende ahí hay un divorcio, una falta de cultura y falta de interés, sobretodo de parte del sector privado, no están agremiados, no participan o no les interesa formar profesionales, se quejan si, bastante, porque cuando sales al mercado te preguntan

qué te enseñaron en la universidad, pero cuando les toca a ellos poner su granito de arena, respecto a abrir estos espacios los ponen a archivar, a contestar el teléfono, los mandan a comprar café, pero no les hacen un plan de prácticas donde logren entender cuál es el manejo del subsector al que vayan dirigidas las pasantías, por ende ahí falta un trabajo enorme por hacer.

2) ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? Podría manifestar una explicación sobre el tema

La ley lo diferencia a través de la remuneración, en cuanto a prácticas deberían ser remunerados con un sueldo básico o un porcentual, luego estos conceptos se quisieron cambiar a través del reglamento mi primer empleo que aún no avanza mucho y que hoy lo están planteando como empleo juvenil que equivale a la primera vez que uno aporta y por ende el empleador obtiene un descuento, procurando hacer incentivos para el sector privado pero sigue sin surgir algún efecto, por otro lado tenemos a las pasantías, en base a las cuales se está tratando de arreglar el error inicial que hubo, ya que se puso esta obligatoriedad a las universidades para que el estudiante las haga, pero jamás se involucró al sector privado para que ellos puedan acoger a estos estudiantes, el sector público trato en su momento de absorber todos estos estudiantes pero no eran lo suficientemente grandes ni tampoco tenían el presupuesto para hacerlo, además de que no genera responsabilidad para los empleadores en cuanto a remuneración, en cuanto si yo recorro a un establecimiento para trabajar puedo crear una cierta dependencia, por lo que las empresas solicitan que los estudiantes entreguen una carta en la que los liberen de cualquier responsabilidad, ya que la ley no es tan clara, existe un vacío legal, según el mismo que frena a las empresas a contratar pasantes en cuanto las leyes del trabajo están claras y algún inconveniente puede provocar altas suma de dinero en cuanto a multas.

3) ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? Podría manifestar una explicación sobre el tema

El gobierno cometió un error con los reglamentos que emitió en cuanto al contrario de generar más contrataciones por parte de los empleadores, se creó una regresión a través de la cual no existían más contrataciones, de hecho incluso a los estudiantes de colegio también se los restringió muchísimo, por lo que existe esta ley macro y luego existen estos reglamentos que a veces se sobreponen uno sobre otro y queda al libre albedrío de cada

conjunto jurídico de cada empresa para acogerse al que más le convenga, es por lo que siempre se requiere que el estudiante firme un PRE-acuerdo para no perjudicar a la empresa. De hecho existen muy pocas empresas que se acogieron a esta ley, sobretodo multinacionales en las que se beneficia el estudiante, en el que se le paga el 30%, otras al contrario pagan comida y transportación, y dentro de las novedades de esta ley existe las compensaciones que se dan al empleador por la implementación de “mi primer empleo” en todo caso es algo informal que no está vinculada con las pasantías que se deben realizar obligatoriamente, una diferencia es la práctica PRE-profesional social o vinculación y la otra que tiene que estar orientada en generar capacidades en base a sus procesos de formación.

- 4) ¿Considera usted que el proyecto Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras favorecía a los estudiantes de dicha carrera?

Definitivamente sí, todos estos espacios de aprender haciendo que son un hotel escuela, un restaurante escuela son una oportunidad para que el estudiante, practique haciendo sus pasantías y adicional que exista una contratación, en cuanto se debe tener tres niveles con la intención que el establecimiento sobreviva sin problemas, es costoso, incluso más que un establecimiento normal en cuanto se considera al interno un proceso de formación, por una de pérdida, mermas, que debe asumir la universidad o el restaurante escuela, porque tienes que enseñar, igual se considera que el consumidor es consciente de que está comiendo en un lugar de formación pero espera recibir un servicio acorde a lo que está pagando, por ende se debe de alguna manera llegar a ese detalle que perfiles si y que no se podrían contratar, efectivamente deberá haber un administrador al que se le deberá pagar un sueldo completo, quien a su vez será un profesor.

- 5) ¿Considera usted que exista algún impedimento para realizar el proyecto?

No, en lo absoluto.

**Lic. Mirtha Mora Verdesoto, coordinadora de prácticas de la Carrera de Administración de empresas turísticas y hoteleras, UCSG**

1. ¿Desde su punto de vista como considera las practicas pre profesionales en la ciudad de Guayaquil?

A mí me parece que es un asunto excelente, ya que da la posibilidad que los estudiantes pongan sus conocimientos en práctica, conocer cuál es el mundo real de trabajo. No estoy al tanto si en la ciudad de Guayaquil se esté llevando de la mejor manera pero si estoy informada a nivel institucional que cumple con los estatutos establecidos.

2. ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? Podría manifestar una explicación sobre el tema

Esa pregunta siempre me la he hecho porque en términos generales cumplen con el mismo objetivo, lograr plasmar lo que se estudia en sus actividades laborales.

3. ¿Considera usted que el proyecto Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras favorecería a los estudiantes de dicha carrera?

Es una excelente idea y viable, y aconsejo seguir con los reglamentos actuales de la universidad.

4. ¿Considera usted que exista algún impedimento para realizar el proyecto?

No considero que exista algún impedimento, pienso que es un excelente proyecto y viable para realizarlo.

**Lic. Nadia Acosta Ramírez, ex coordinadora de prácticas de la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y hoteleras, UCSG**

- 1) ¿Desde su punto de vista cómo considera las prácticas pre profesionales en la ciudad de Guayaquil?

No estoy al tanto de nivel de ciudad pero si a nivel institucional de universidad debido a que es un requisito para poder insertarte en el mundo laboral y obtener tu título universitario, pero no considero que se está llevando como debería ser.

- 2) ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? ¿Podría manifestar una explicación sobre el tema?

Según la ley las pasantías son para nivel superior y las prácticas para nivel de bachillerato.

- 3) ¿Considera usted que el proyecto Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras favorecía a los estudiantes de dicha carrera?

Claro que sí, el propósito de la cocina en el edificio fue con ese fin para implementar un restaurante escuela, y considero que es muy beneficioso para los estudiantes.

- 4) ¿Considera usted que exista algún impedimento para realizar el proyecto?

No creo que exista ningún impedimento para realizar el proyecto.

## **Apéndice A1**

### **Modelo de encuestas**

#### **FORMATO DE ENCUESTA PARA LOS ESTUDIANTES de 4to a 8vo ciclo**

#### **Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

1. Seleccione su materia de Prácticas preprofesionales: I - II - III
2. ¿Qué ciclo se encuentra cursando actualmente?  
\_\_\_\_\_
3. ¿Actualmente tiene un lugar asignado para realizar sus prácticas pre-profesionales?  
Si   
No
4. En caso de Sí tener un lugar asignado, ¿Se siente satisfecho/a con el lugar que le han asignado?  
Totalmente satisfecho   
Altamente satisfecho   
Poco satisfecho   
Nada satisfecho
5. Su tutor de la materia de prácticas, ¿Le ha proporcionado conocimiento teórico/científico adicional para el desarrollo de sus actividades en la empresa?  
Si   
No

6. ¿Cree usted necesario contar con un programa de prácticas que le permita rotar en diversas áreas durante su periodo de prácticas?
- En muchas áreas
- En pocas áreas
- No es necesario
- Una sola área es mejor
7. En relación a las prácticas hoteleras, ¿Quisiera que la Universidad tenga un lugar especializado donde poder realizar sus prácticas y además continuar aprendiendo?
- Si
- No
8. ¿Le gustaría recibir una compensación por sus actividades realizadas en las prácticas pre-profesionales?
- Si
- No
9. ¿Le gustaría recibir certificaciones avaladas por la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras durante su proceso de prácticas?
- Si
- No
10. En qué lugar preferiría usted realizar sus prácticas
- Hotel
- Hosterías
- Resort
- Restaurantes
- Cafeterías
- Bares
- Otros \_\_\_\_\_
11. ¿En qué áreas específicas dentro de un restaurante le gustaría realizar sus prácticas? Seleccione todas las que crea necesarias.
- Lavaplatos
- Preparación de alimentos
- Compras
- Almacenamiento
- Caja
- Servicio al cliente
12. ¿Qué habilidades cree usted que debería poseer un practicante? Seleccione todas las que crea necesarias.
- Manejo del personal
- Pensamiento crítico

- Creatividad
- Tomador de decisiones
- Resolver problemas
- Saber negociar
- Flexibilidad cognitiva
- Inteligencia emocional
- Orientación de servicio

## Apéndice A2

### FORMATO DE ENCUESTA PARA CONSUMIDORES

#### Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Restaurante Escuela: Restaurante de comida típica a crearse para, de manera paralela, los estudiantes apliquen sus conocimientos y estén en constante aprendizaje para que logren ser personal capacitado y competente en el mundo laboral.

#### Datos Generales

Seleccione un rango de edad

- 15-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-66

Sexo

- Masculino
- Femenino

Estado civil

- Soltero
- Casado
- Divorciado
- Otro:

1. ¿Considera que el servicio al cliente se ha deteriorado con el tiempo?

- Si
- No

2. ¿Con qué frecuencia visita usted establecimientos de restaurantes?

- Diariamente
- 1 vez por semana
- 2-3 veces por mes

3. ¿Qué precio paga habitualmente por un plato típico (incluido impuestos y sin bebidas)?

- 5 - 7 dólares
- 8 - 10 dólares
- 11 - 13 dólares
4. ¿Asistiría usted a comer en un restaurante escuela cuya fortaleza sea brindar un servicio de calidad?
- Seguramente
- Poco probable
- Para nada
5. ¿Con quién visitaría el restaurante escuela?
- Familia
- Amigos
- Compañeros de trabajo
- Pareja
- Otro
6. ¿Está de acuerdo que los estudiantes pongan su conocimiento en práctica y obtengan experiencia que es fundamental para ejercer su profesión?
- Totalmente de acuerdo
- Es irrelevante
- Para nada de acuerdo
7. ¿En qué lugar le parece provechoso ubicar el restaurante escuela?
- Ceibos
- Norte
- Sur
- Samborondon
8. ¿A través de qué redes sociales le gustaría recibir información acerca del restaurante escuela?
- Snapchat
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Radio
- TV
9. ¿Seleccione los platillos que le gustaría degustar en el restaurante escuela?
- Encebollado
- Guatita
- Seco de pollo
- Arroz con menestra
- Ceviche
- Lomo saltado
- Churrasco
- Bolón de verde
- Humitas
- Fritada

## **Apéndice A3**

### **Modelo de entrevistas**

- 1) ¿Desde su punto de vista como considera las practicas pre profesionales en la ciudad de Guayaquil?
- 2) ¿Conoce la diferencia entre prácticas pre profesionales y pasantías? Podría manifestar una explicación sobre el tema
- 3) ¿Considera usted que el proyecto Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras favorecería a los estudiantes de dicha carrera?
- 4) ¿Considera usted que exista algún impedimento para realizar el proyecto?

## Apéndice B

Tabla B1  
Proyección de ingresos año 2

	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO	
Rubros	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5	
% Ocupación promedio	55%		55%		65%		65%		55%	
Cantidad (personas)*	858		858		1014		1014		858	
	P.U	P.T.								
13% Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.186,38	\$ 9,00	\$ 1.186,38	\$ 9,00	\$ 1.003,86
20% Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.622,40	\$ 8,00	\$ 1.622,40	\$ 8,00	\$ 1.372,80
15% Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.216,80	\$ 8,00	\$ 1.216,80	\$ 8,00	\$ 1.029,60
15% Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.158,30
8% Arroz xon choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 549,12
9% Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 821,34	\$ 9,00	\$ 821,34	\$ 9,00	\$ 694,98
10% Fritada	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 812,50	\$ 8,01	\$ 812,50	\$ 8,01	\$ 687,50
10% Churrasco	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.218,75	\$ 12,02	\$ 1.218,75	\$ 12,02	\$ 1.031,25
50% Colas	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 859,37
20% Aguas	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 171,87
30% Jugos naturales	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 1.066,40	\$ 3,51	\$ 1.066,40	\$ 3,51	\$ 902,34
30% Cocktails	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.523,43	\$ 5,01	\$ 1.523,43	\$ 5,01	\$ 1.289,06
30% Micheladas	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.675,78	\$ 5,51	\$ 1.675,78	\$ 5,51	\$ 1.417,97
40% Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 2.032,06	\$ 5,01	\$ 2.032,06	\$ 5,01	\$ 1.719,43
35% Queso de leche	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 902,34
35% Torta de chocolate	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.599,61	\$ 4,51	\$ 1.599,61	\$ 4,51	\$ 1.353,51
30% Copa de helado	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 1.066,40	\$ 3,51	\$ 1.066,40	\$ 3,51	\$ 902,34
Total de ingresos		\$ 17.045,65		\$ 17.045,65		\$ 20.144,85		\$ 20.144,85		\$ 17.045,65
*Basado en la Capacidad máxima (100% de ocupación)			60		1560		personas			CAPACIDAD INSTALADA MENSUAL
Incremento anual de Precios	1,0016									

Tabla B2  
Proyección de ingresos año 2

	JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		Total
Rubros	Mes 6		Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		58%
% Ocupación promedio	55%		55%		55%		55%		55%		55%		65%		
Cantidad (personas)*	858		858		858		858		858		858		1014		10764
	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	Precio Total	
Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.003,86	\$ 9,00	\$ 1.186,38	\$ 12.593,88
Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.372,80	\$ 8,00	\$ 1.622,40	\$ 17.222,40
Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.029,60	\$ 8,00	\$ 1.216,80	\$ 12.916,80
Arroz con cholo y Cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.158,30	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 14.531,40
Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 549,12	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 6.888,96
Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 694,98	\$ 9,00	\$ 821,34	\$ 8.718,84
Fritada	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 687,50	\$ 8,01	\$ 812,50	\$ 8.624,98
Churrasco	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.031,25	\$ 12,02	\$ 1.218,75	\$ 12.937,47
Colas	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 859,37	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 10.781,22
Aguas	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 171,87	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 2.156,24
Jugos naturales	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 1.066,40	\$ 11.320,28
Cocktails	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.289,06	\$ 5,01	\$ 1.523,43	\$ 16.171,83
Micheladas	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.417,97	\$ 5,51	\$ 1.675,78	\$ 17.789,02
Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 1.719,43	\$ 5,01	\$ 2.032,06	\$ 21.571,06
Queso de leche	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 902,34	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 11.320,28
Torta de chocolate	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.353,51	\$ 4,51	\$ 1.599,61	\$ 16.980,43
Copa de helado	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 902,34	\$ 3,51	\$ 1.066,40	\$ 11.320,28
Total de ingresos		\$ 17.045,65		\$ 17.045,65		\$ 17.045,65		\$ 17.045,65		\$ 17.045,65		\$ 17.045,65		\$ 20.144,85	\$ 213.845,37

Tabla B3  
Proyección de ingresos año 3

Rubros	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO	
	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5	
	60%		60%		70%		70%		60%	
Cantidad (personas)*	936		936		1092		1092		936	
	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.
Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 9,00	\$ 1.684,80
Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 8,00	\$ 599,04
Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 748,80
Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 9,00	\$ 1.263,60
Arroz xon choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 748,80
Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 9,00	\$ 842,40
Guatita	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 1.059,46	\$ 8,82	\$ 1.059,46	\$ 8,82	\$ 908,11
Bolon	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 98,28	\$ 3,00	\$ 98,28	\$ 3,00	\$ 84,24
Humita	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 65,52	\$ 2,00	\$ 65,52	\$ 2,00	\$ 56,16
Churrasco	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.313,68	\$ 12,03	\$ 1.313,68	\$ 12,03	\$ 1.126,01
Colas	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 2,00	\$ 937,50
Aguas	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 1,00	\$ 187,50
Jugos naturales	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 1.149,88	\$ 3,51	\$ 1.149,88	\$ 3,51	\$ 985,61
Cocktails	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.647,18	\$ 5,03	\$ 1.647,18	\$ 5,03	\$ 1.411,87
Micheladas	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.805,08	\$ 5,51	\$ 1.805,08	\$ 5,51	\$ 1.547,21
Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 2.191,86	\$ 5,02	\$ 2.191,86	\$ 5,02	\$ 1.878,74
Queso de leche	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 3,00	\$ 984,37
Torta de chocolate	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.726,48	\$ 4,52	\$ 1.726,48	\$ 4,52	\$ 1.479,84
Copa de helado	\$3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 3,52	\$ 987,18
Total de ingresos		\$ 18.461,78		\$ 18.461,78		\$ 21.538,74		\$ 21.538,74		\$ 18.461,78
*Basado en la Capacidad máxima (100% de ocupación)			60		1560		Personas		CAPACIDAD INSTALADA MENSUAL	

Tabla B3  
Proyección de ingresos año 3

	JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		Total
Rubros	Mes 6		Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		
% Ocupación promedio	60%		60%		60%		60%		60%		60%		70%		63%
Cantidad (personas)*	936		936		936		936		936		936		1092		11700
	P.U.	P.T.													
Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 21.060,00
Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 7.488,00
Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 9.360,00
Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 15.795,00
Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 9.360,00
Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 10.530,00
Guatita	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 908,11	\$ 8,82	\$ 1.059,46	\$ 11.351,34
Bolón	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 84,24	\$ 3,00	\$ 98,28	\$ 1.053,00
Humita	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 56,16	\$ 2,00	\$ 65,52	\$ 702,00
Churrasco	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.126,01	\$ 12,03	\$ 1.313,68	\$ 14.075,10
Colas	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 11.718,72
Aguas	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 2.343,74
Jugos naturales	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 985,61	\$ 3,51	\$ 1.149,88	\$ 12.320,10
Cocktails	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.411,87	\$ 5,03	\$ 1.647,18	\$ 17.648,39
Micheladas	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.547,21	\$ 5,51	\$ 1.805,08	\$ 19.340,10
Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 1.878,74	\$ 5,02	\$ 2.191,86	\$ 23.484,24
Queso de leche	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 12.304,66
Torta de chocolate	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.726,48	\$ 18.498,00
Copa de helado	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 12.339,81
Total de ingresos	\$ 18.461,78		\$ 18.461,78		\$ 18.461,78		\$ 18.461,78		\$ 18.461,78		\$ 18.461,78		\$ 18.461,78	\$ 21.538,74	\$ 230.772,20

Tabla B4  
Proyección de ingresos año 4

		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO	
		Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5	
		65%		65%		70%		70%		65%	
Cantidad (personas)*		1014		1014		1092		1092		1014	
		P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.	P.U	P.T.
20%	Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.825,20	\$ 9,00	\$ 1.825,20	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 9,00	\$ 1.825,20
8%	Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 8,00	\$ 648,96
10%	Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 811,20
15%	Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 9,00	\$ 1.368,90
10%	Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 811,20
10%	Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 912,60	\$ 9,00	\$ 912,60	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 9,00	\$ 912,60
11%	Guatita	\$ 8,83	\$ 985,36	\$ 8,83	\$ 985,36	\$ 8,83	\$ 1.061,15	\$ 8,83	\$ 1.061,15	\$ 8,83	\$ 985,36
3%	Bolon	\$ 3,00	\$ 91,41	\$ 3,00	\$ 91,41	\$ 3,00	\$ 98,44	\$ 3,00	\$ 98,44	\$ 3,00	\$ 91,41
3%	Humita	\$ 2,00	\$ 60,94	\$ 2,00	\$ 60,94	\$ 2,00	\$ 65,62	\$ 2,00	\$ 65,62	\$ 2,00	\$ 60,94
10%	Churrasco	\$ 12,05	\$ 1.221,79	\$ 12,05	\$ 1.221,79	\$ 12,05	\$ 1.315,78	\$ 12,05	\$ 1.315,78	\$ 12,05	\$ 1.221,79
50%	Colas	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 2,00	\$ 1.015,62
20%	Aguas	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 1,00	\$ 203,12
30%	Jugos naturales	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 3,52	\$ 1.069,45
30%	Cocktails	\$ 5,02	\$ 1.526,48	\$ 5,02	\$ 1.526,48	\$ 5,02	\$ 1.643,90	\$ 5,02	\$ 1.643,90	\$ 5,02	\$ 1.526,48
30%	Micheladas	\$ 5,52	\$ 1.678,82	\$ 5,52	\$ 1.678,82	\$ 5,52	\$ 1.807,96	\$ 5,52	\$ 1.807,96	\$ 5,52	\$ 1.678,82
40%	Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,03	\$ 2.039,37	\$ 5,03	\$ 2.039,37	\$ 5,03	\$ 2.196,24	\$ 5,03	\$ 2.196,24	\$ 5,03	\$ 2.039,37
35%	Queso de leche	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 3,00	\$ 1.066,40
35%	Torta de chocolate	\$ 4,52	\$ 1.603,16	\$ 4,52	\$ 1.603,16	\$ 4,52	\$ 1.726,48	\$ 4,52	\$ 1.726,48	\$ 4,52	\$ 1.603,16
30%	Copa de helado	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 3,52	\$ 1.069,45
	<b>Total de ingresos</b>		\$ 20.009,44		\$ 20.009,44		\$ 21.548,63		\$ 21.548,63		\$ 20.009,44
*Basado en la Capacidad máxima (100% de ocupación)				60		1560		personas		CAPACIDAD INSTALADA MENSUAL	

Tabla B4  
Proyección de ingresos año 4

	JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		Total
	Mes 6		Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		
	P.U.	P.T.													
Rubros	Mes 6		Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		Total
% Ocupación promedio	65%		65%		60%		60%		65%		65%		70%		65%
Cantidad (personas)*	1014		1014		936		936		1014		1014		1092		12246
Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.825,20	\$ 9,00	\$ 1.825,20	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.684,80	\$ 9,00	\$ 1.825,20	\$ 9,00	\$ 1.825,20	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 22.042,80
Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 599,04	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 648,96	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 7.837,44
Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 9.796,80
Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.263,60	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.368,90	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 16.532,10
Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 811,20	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 9.796,80
Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 912,60	\$ 9,00	\$ 912,60	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 842,40	\$ 9,00	\$ 912,60	\$ 9,00	\$ 912,60	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 11.021,40
Guatita	\$ 8,83	\$ 985,36	\$ 8,83	\$ 985,36	\$ 8,83	\$ 909,56	\$ 8,83	\$ 909,56	\$ 8,83	\$ 985,36	\$ 8,83	\$ 985,36	\$ 8,83	\$ 1.061,15	\$ 11.900,08
Bolón	\$ 3,00	\$ 91,41	\$ 3,00	\$ 91,41	\$ 3,00	\$ 84,37	\$ 3,00	\$ 84,37	\$ 3,00	\$ 91,41	\$ 3,00	\$ 91,41	\$ 3,00	\$ 98,44	\$ 1.103,90
Humita	\$ 2,00	\$ 60,94	\$ 2,00	\$ 60,94	\$ 2,00	\$ 56,25	\$ 2,00	\$ 56,25	\$ 2,00	\$ 60,94	\$ 2,00	\$ 60,94	\$ 2,00	\$ 65,62	\$ 735,94
Churrasco	\$ 12,05	\$ 1.221,79	\$ 12,05	\$ 1.221,79	\$ 12,05	\$ 1.127,81	\$ 12,05	\$ 1.127,81	\$ 12,05	\$ 1.221,79	\$ 12,05	\$ 1.221,79	\$ 12,05	\$ 1.315,78	\$ 14.755,51
Colas	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 937,50	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 1.015,62	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 12.265,59
Aguas	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 187,50	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 203,12	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 2.453,12
Jugos naturales	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 12.915,67
Cocktails	\$ 5,02	\$ 1.526,48	\$ 5,02	\$ 1.526,48	\$ 5,02	\$ 1.409,06	\$ 5,02	\$ 1.409,06	\$ 5,02	\$ 1.526,48	\$ 5,02	\$ 1.526,48	\$ 5,02	\$ 1.643,90	\$ 18.435,19
Micheladas	\$ 5,52	\$ 1.678,82	\$ 5,52	\$ 1.678,82	\$ 5,52	\$ 1.549,68	\$ 5,52	\$ 1.549,68	\$ 5,52	\$ 1.678,82	\$ 5,52	\$ 1.678,82	\$ 5,52	\$ 1.807,96	\$ 20.275,03
Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,03	\$ 2.039,37	\$ 5,03	\$ 2.039,37	\$ 5,03	\$ 1.882,50	\$ 5,03	\$ 1.882,50	\$ 5,03	\$ 2.039,37	\$ 5,03	\$ 2.039,37	\$ 5,03	\$ 2.196,24	\$ 24.629,31
Queso de leche	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 984,37	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 1.066,40	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 12.878,87
Torta de chocolate	\$ 4,52	\$ 1.603,16	\$ 4,52	\$ 1.603,16	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.479,84	\$ 4,52	\$ 1.603,16	\$ 4,52	\$ 1.603,16	\$ 4,52	\$ 1.726,48	\$ 19.361,24
Copa de helado	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 987,18	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.069,45	\$ 3,52	\$ 1.151,72	\$ 12.915,67
Total de ingresos	\$ 20.009,44		\$ 20.009,44		\$ 18.470,25		\$ 18.470,25		\$ 20.009,44		\$ 20.009,44		\$ 21.548,63		\$ 241.652,46

Tabla B5

Proyección de ingresos año 5

	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO	
	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Mes 4		Mes 5	
	70%		70%		75%		75%		70%	
Rubros	1092		1092		1170		1170		1092	
% Ocupación promedio										
Cantidad (personas)*										
	P.U.	P.T.								
20% Arroz con menestra y carne/pollo	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 9,00	\$ 1.965,60	\$ 9,00	\$ 2.106,00	\$ 9,00	\$ 2.106,00	\$ 9,00	\$ 1.965,60
8% Seco de pollo	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 8,00	\$ 698,88	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 748,80	\$ 8,00	\$ 698,88
10% Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 873,60
15% Arroz con cholo y cordon blue	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 9,00	\$ 1.474,20	\$ 9,00	\$ 1.579,50	\$ 9,00	\$ 1.579,50	\$ 9,00	\$ 1.474,20
10% Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 873,60	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 936,00	\$ 8,00	\$ 873,60
10% Lomo saltado	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 9,00	\$ 982,80	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 1.053,00	\$ 9,00	\$ 982,80
11% Guatita	\$ 8,84	\$ 1.062,36	\$ 8,84	\$ 1.062,36	\$ 8,84	\$ 1.138,24	\$ 8,84	\$ 1.138,24	\$ 8,84	\$ 1.062,36
3% Bolón	\$ 3,00	\$ 98,44	\$ 3,00	\$ 98,44	\$ 3,00	\$ 105,47	\$ 3,00	\$ 105,47	\$ 3,00	\$ 98,44
3% Humita	\$ 2,00	\$ 65,62	\$ 2,00	\$ 65,62	\$ 2,00	\$ 70,31	\$ 2,00	\$ 70,31	\$ 2,00	\$ 65,62
10% Churrasco	\$ 12,07	\$ 1.317,97	\$ 12,07	\$ 1.317,97	\$ 12,07	\$ 1.412,11	\$ 12,07	\$ 1.412,11	\$ 12,07	\$ 1.317,97
50% Colas	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 2,00	\$ 1.093,75	\$ 2,00	\$ 1.171,87	\$ 2,00	\$ 1.171,87	\$ 2,00	\$ 1.093,75
20% Aguas	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 1,00	\$ 218,75	\$ 1,00	\$ 234,37	\$ 1,00	\$ 234,37	\$ 1,00	\$ 218,75
30% Jugos naturales	\$ 3,53	\$ 1.155,00	\$ 3,53	\$ 1.155,00	\$ 3,53	\$ 1.237,50	\$ 3,53	\$ 1.237,50	\$ 3,53	\$ 1.155,00
30% Cocktails	\$ 5,03	\$ 1.647,18	\$ 5,03	\$ 1.647,18	\$ 5,03	\$ 1.764,84	\$ 5,03	\$ 1.764,84	\$ 5,03	\$ 1.647,18
30% Micheladas	\$ 5,53	\$ 1.811,25	\$ 5,53	\$ 1.811,25	\$ 5,53	\$ 1.940,62	\$ 5,53	\$ 1.940,62	\$ 5,53	\$ 1.811,25
40% Cervezas (nacionales e internacionales)	\$ 5,03	\$ 2.196,24	\$ 5,03	\$ 2.196,24	\$ 5,03	\$ 2.353,12	\$ 5,03	\$ 2.353,12	\$ 5,03	\$ 2.196,24
35% Queso de leche	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 3,00	\$ 1.148,43	\$ 3,00	\$ 1.230,47	\$ 3,00	\$ 1.230,47	\$ 3,00	\$ 1.148,43
35% Torta de chocolate	\$ 4,53	\$ 1.730,31	\$ 4,53	\$ 1.730,31	\$ 4,53	\$ 1.853,90	\$ 4,53	\$ 1.853,90	\$ 4,53	\$ 1.730,31
30% Copa de helado	\$ 3,53	\$ 1.155,00	\$ 3,53	\$ 1.155,00	\$ 3,53	\$ 1.237,50	\$ 3,53	\$ 1.237,50	\$ 3,53	\$ 1.155,00
Total de ingresos		\$ 21.568,97		\$ 21.568,97		\$ 23.109,61		\$ 23.109,61		\$ 21.568,97

\*Basado en la Capacidad máxima (100% de ocupación)

60

1560

Personas

CAPACIDAD INSTALADA MENSUAL

Tabla B5  
Proyección de ingresos año 5

	JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		
Rubros	Mes 6		Mes 7		Mes 8		Mes 9		Mes 10		Mes 11		Mes 12		Total
% Ocupación promedio	70%		70%		70%		70%		70%		70%		75%		71%
Cantidad (personas)*	1092		1092		1092		1092		1092		1092		1170		13338
	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	P.U.	P.T.	
Arroz con menestra y carne/pollo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	9,00	1.965,60	9,00	1.965,60	9,00	1.965,60	9,00	1.965,60	9,00	1.965,60	9,00	1.965,60	9,00	2.106,00	24.008,40
Seco de pollo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8,00	698,88	8,00	698,88	8,00	698,88	8,00	698,88	8,00	698,88	8,00	698,88	8,00	748,80	8.536,32
Arroz con choclo y pollo con champiñones	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	936,00	10.670,40
Arroz con choloy y cordon blue	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	9,00	1.474,20	9,00	1.474,20	9,00	1.474,20	9,00	1.474,20	9,00	1.474,20	9,00	1.474,20	9,00	1.579,50	18.006,30
Arroz con choclo y pollo/carne a la plancha	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	873,60	8,00	936,00	10.670,40
Lomo saltado	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	9,00	982,80	9,00	982,80	9,00	982,80	9,00	982,80	9,00	982,80	9,00	982,80	9,00	1.053,00	12.004,20
Guatita	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8,84	1.062,36	8,84	1.062,36	8,84	1.062,36	8,84	1.062,36	8,84	1.062,36	8,84	1.062,36	8,84	1.138,24	12.975,93
Bolon	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3,00	98,44	3,00	98,44	3,00	98,44	3,00	98,44	3,00	98,44	3,00	98,44	3,00	105,47	1.202,34
Humita	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2,00	65,62	2,00	65,62	2,00	65,62	2,00	65,62	2,00	65,62	2,00	65,62	2,00	70,31	801,56
Churrasco	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	12,07	1.317,97	12,07	1.317,97	12,07	1.317,97	12,07	1.317,97	12,07	1.317,97	12,07	1.317,97	12,07	1.412,11	16.098,01
Colas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2,00	1.093,75	2,00	1.093,75	2,00	1.093,75	2,00	1.093,75	2,00	1.093,75	2,00	1.093,75	2,00	1.171,87	13.359,34
Aguas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1,00	218,75	1,00	218,75	1,00	218,75	1,00	218,75	1,00	218,75	1,00	218,75	1,00	234,37	2.671,87
Jugos naturales	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.237,50	14.107,46
Cocktails	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	5,03	1.647,18	5,03	1.647,18	5,03	1.647,18	5,03	1.647,18	5,03	1.647,18	5,03	1.647,18	5,03	1.764,84	20.119,17
Micheladas	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	5,53	1.811,25	5,53	1.811,25	5,53	1.811,25	5,53	1.811,25	5,53	1.811,25	5,53	1.811,25	5,53	1.940,62	22.123,07
Cervezas (nacionales e internacionales)	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	5,03	2.196,24	5,03	2.196,24	5,03	2.196,24	5,03	2.196,24	5,03	2.196,24	5,03	2.196,24	5,03	2.353,12	26.825,56
Queso de leche	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3,00	1.148,43	3,00	1.148,43	3,00	1.148,43	3,00	1.148,43	3,00	1.148,43	3,00	1.148,43	3,00	1.230,47	14.027,31
Torta de chocolate	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	4,53	1.730,31	4,53	1.730,31	4,53	1.730,31	4,53	1.730,31	4,53	1.730,31	4,53	1.730,31	4,53	1.853,90	21.134,48
Copa de helado	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.155,00	3,53	1.237,50	14.107,46
Total de ingresos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		21.568,97		21.568,97		21.568,97		21.568,97		21.568,97		21.568,97		23.109,61	263.449,57

## Apéndice B

Tabla B6

*Rol de pagos año 1*

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cocinero	1	600	7200	600	375	300	874,8	0	779,15	9349,80
Ayudante cocina	3	475	17100	1425	1125	712,5	2077,65	0	1870,01	22440,15
Meseros	4	400	19200	1600	1500	800	2332,8	0	2119,40	25432,80
Capitán de mesero	1	500	6000	500	375	250	729	0	654,50	7854,00
Administrador	1	900	10800	900	375	450	1312,2	0	1153,10	13837,20
Contralor General	1	600	7200	600	375	300	874,8	0	779,15	9349,80
Jefe de compras	1	550	6600	550	375	275	801,9	0	716,83	8601,90
Cajero	1	450	5400	450	375	225	656,1	0	592,18	7106,10
Total		4475	79500	6625	4875	3312,5	9659,25	0	8.664,31	103.971,75

Tabla B6

*Rol de pagos año 2*

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Cocinero	1	600	7200	600	382,13	300	874,8	600	829,74	9956,93
Ayudante cocina	3	475	17100	1425	1146,40	712,5	2077,65	1425	1990,55	23886,55
Meseros	4	400	19200	1600	1528,53	800	2332,8	1600	2255,11	27061,33
Capitán de mesero	1	500	6000	500	382,13	250	729	500	696,76	8361,13
Administrador	1	900	10800	900	382,13	450	1312,2	900	1228,69	14744,33
Contralor General	1	600	7200	600	382,13	300	874,8	600	829,74	9956,93
Jefe de compras	1	550	6600	550	382,13	275	801,9	550	763,25	9159,03
Cajero	1	450	5400	450	382,13	225	656,1	450	630,27	7563,23
Total		4475	79500	6625	4967,73	3312,5	9659,25	6625	9224,12	110689,48

Tabla B7

*Proyección de Sueldos de los empleados de 5 años*

<b>Cargo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Cocinero	9349,80	9956,933153	9972,86	9988,82	10004,80
Ayudante cocina	22440,15	23886,55	23924,77	23963,05	24001,39
Meseros	25432,80	27061,33261	27104,63	27148,00	27191,43
Capitán de mesero	7854,00	8361,133153	8374,51	8387,91	8401,33
Administrador	13837,20	14744,33315	14767,92	14791,55	14815,22
Contralor General	9349,80	9956,933153	9972,86	9988,82	10004,80
Jefe de compras	8601,90	9159,033153	9173,69	9188,37	9203,07
Cajero	7106,10	7563,233153	7575,33	7587,45	7599,59
	103.971,75	110.689,48	110.866,58	111.043,97	111.221,64

Tabla B8

*Tabla de depreciación tangible*

<b>DEPRECIACIÓN TANGIBLES</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Año vida útil</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación mensual</b>
Equipo electrónico	\$ 5.400,00	3	\$ 1.800,00	\$ 150,00
Equipo de producción	\$ 6.270,00	5	\$ 1.254,00	\$ 104,50
Edificio	\$ 27.421,50	20	\$ 1.371,08	\$ 114,26
Muebles y enseres	\$ 12.870,00	10	\$ 1.287,00	\$ 107,25
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>			\$ 5.712,08	\$ 476,01
Depreciación año 1	\$ 5.712,08			
Depreciación año 2	\$ 5.712,08	\$ 11.424,15		
Depreciación año 3	\$ 5.712,08	\$ 17.136,23		
Depreciación año 4	\$ 3.912,08	\$ 21.048,30		
Depreciación año 5	\$ 3.912,08	\$ 24.960,38		

Tabla B9

*Tabla de amortización intangible*

DEPRECIACIÓN INTANGIBLES	Valor en libros	Año vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
<b>Gastos de constitución</b>	\$ 2.627,56	5	\$ 525,51	\$ 43,79

Tabla B10

*Tabla de pérdidas y ganancias detalladas por mes*

RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Ingresos por Ventas Totales	\$ 15.299,70	\$ 15.299,70	\$ 18.359,64	\$ 18.359,64	\$ 15.299,70	\$ 15.299,70
(-) Costos de Operación	\$ 3.256,50	\$ 3.256,50	\$ 3.907,80	\$ 3.907,80	\$ 3.256,50	\$ 3.256,50
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 12.043,20	\$ 12.043,20	\$ 14.451,84	\$ 14.451,84	\$ 12.043,20	\$ 12.043,20
(-) Gastos de Administración	\$ 2.338,90	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.438,90
(-) Gastos de Ventas	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00
(=) Utilidad antes de impuestos e intereses UAII	\$ 9.204,30	\$ 9.908,30	\$ 12.316,94	\$ 12.316,94	\$ 9.908,30	\$ 9.104,30
(-) Gastos Financieros	\$ 887,24	\$ 872,31	\$ 857,24	\$ 842,05	\$ 826,71	\$ 811,25
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 8.317,06	\$ 9.035,99	\$ 11.459,70	\$ 11.474,89	\$ 9.081,59	\$ 8.293,05
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 1.247,56	\$ 1.355,40	\$ 1.718,95	\$ 1.721,23	\$ 1.362,24	\$ 1.243,96
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 7.069,50	\$ 7.680,59	\$ 9.740,74	\$ 9.753,66	\$ 7.719,35	\$ 7.049,10
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 1.555,29	\$ 1.689,73	\$ 2.142,96	\$ 2.145,81	\$ 1.698,26	\$ 1.550,80
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 5.514,21	\$ 5.990,86	\$ 7.597,78	\$ 7.607,86	\$ 6.021,09	\$ 5.498,29

Tabla B11

*Tabla de pérdidas y ganancias detalladas por mes*

RUBRO	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos por Ventas Totales	\$ 15.299,70	\$ 15.299,70	\$ 15.299,70	\$ 15.299,70	\$ 15.299,70	\$ 18.359,64
(-) Costos de Operación	\$ 3.256,50	\$ 3.256,50	\$ 3.256,50	\$ 3.256,50	\$ 3.907,80	\$ 41.031,90
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 12.043,20	\$ 12.043,20	\$ 12.043,20	\$ 12.043,20	\$ 11.391,90	\$ (22.672,26)
(-) Gastos de Administración	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.134,90	\$ 2.234,90
(-) Gastos de Ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de impuestos e intereses UAII	\$ 9.908,30	\$ 9.908,30	\$ 9.908,30	\$ 9.908,30	\$ 9.257,00	\$ (24.907,16)
(-) Gastos Financieros	\$ 795,64	\$ 779,90	\$ 764,02	\$ 748,01	\$ 731,85	\$ 715,54
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 9.112,66	\$ 9.128,40	\$ 9.144,28	\$ 9.160,30	\$ 8.525,16	\$ (25.622,70)
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 1.366,90	\$ 1.369,26	\$ 1.371,64	\$ 1.374,04	\$ 1.278,77	\$ -

(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 7.745,76	\$ 7.759,14	\$ 7.772,64	\$ 7.786,25	\$ 7.246,38	\$ (25.622,70)
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 1.704,07	\$ 1.707,01	\$ 1.709,98	\$ 1.712,98	\$ 1.594,20	\$ -
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 6.041,69	\$ 6.052,13	\$ 6.062,66	\$ 6.073,28	\$ 5.652,18	\$ (25.622,70)

### Tabla B12

#### Valores por tasas y permisos a pagar

Permisos y Tasas a pagar	
permiso de funcionamiento/ salud	76,32
permiso cuerpo de bomberos	8,00
PATENTE	12,00
TASA MUNICIPAL	166,80
1*1000	194,44
<b>TOTAL</b>	<b>457,56</b>

### Apéndice B

### Tabla B13

#### Horarios de los empleados

Empleado	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Cocinero	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE				
Ayudante 1	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Ayudante 2	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Ayudante 3	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Administrador	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Capitán de meseros	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Mesero 1	LIBRE	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Mesero 2	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Mesero 3	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE	11-15 a.m.-17-21 p.m.	LIBRE
Mesero 4	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE
Cajero	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE
Contralor Gen.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE
Jefe de compras	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	11:00 a.m.-22:00 p.m.	LIBRE

Apéndice C  
Figura C1

Carrera: Turismo		Objeto (concreto): El Sistema Turístico						Modalidad: Presencial				
DOC	Núcleo Estructurante	Ciclo	Núcleo Problemático	Campos de Formación						Nº. Total de Horas		
				Fundamentos teóricos	Praxis profesional		Epistemología y metodología de la investigación	Integración de saberes, contextos y cultura	Comunicación y lenguaje			
BÁSICA	Fundamentos del Sistema Turístico	I	Fundamentos Teóricos del Turismo	Fundamentos del Turismo (140)					Historia del Arte Universal (105)	Oficinas para la Educación Superior (105)	840	
				Matemáticas (140)					Humanismo Integral I (105)			Lenguaje y Pensamiento I (140)
		II	Fundamentos históricos-geográficos del Turismo	Geografía Física del Ecuador (105)	Prácticas I (75)				Historia Prehispánica de América (105)	Lenguaje y Pensamiento II (140)	775	
				Patrimonio Cultural del Ecuador (140)	Humanismo Integral II (105)	Idioma Inglés II (105)						
III	Fundamentos socioeconómicos del Turismo	Administración de Empresas de Servicio (105)	Relaciones Públicas y Protocolo (105)				Metodología de la Investigación (140)	Estadística (140)	Idioma Inglés III (105)	805		
			Geografía Turística Nacional e Internacional (105)					Ecología (105)				
IV	Fundamentos de la Planificación del Sistema Turístico		Planificación Turística (140)	Prácticas II-Visita (140)					Idioma Inglés IV (105)	790		
			Organización y Métodos (105)	Contabilidad Administrativa y Financiera (140)								
PROFESIONAL	La Gestión del Sistema Turístico	V	La Operación de la Oferta Turística	Matemáticas Financieras (105)	Operación Hotelera (140)					Culturas Contemporáneas (105)	Idioma Inglés V (105)	874
				Mantenimiento y Seguridad (140)	Medicación de Impactos (140)	Administración de Talento Humano (105)						
				Transporte Turístico (140)								
		VI	La Operación de la Demanda Turística	Legislación Turística y Laboral (105)	Gestión de Costos y Compras (140)	Planificación Estratégica de Productos (140)			Desarrollo del Emprendimiento (105)	Investigación de Mercado (105)	Gestión de Recursos Naturales (105)	837
					Administración Hotelera (105)	Operación Turística (140)	Prácticas IV (32)					
		VII	Formulación de proyectos para Turismo		Operación de Reservas y Embarques (140)	Periódico de viajes (140)			Formulación de Proyectos (140)	Ética Profesional (105)	Inglés Técnico I (105)	770
					Marketing de Destinos Turísticos (140)	Alimentos y Bebidas (140)						
		VIII	La Integración de las TIC al Sistema Turístico		Negocios Internacionales y Comercio Electrónico (140)						Inglés Técnico II (105)	759
Software aplicado al turismo (140)	Sistemas geográficos de información (140)											
	Cocina Ecuatoriana o Internacional (140)				Prácticas V (129)							
TITULACIÓN	El Desarrollo del Sistema Turístico	IX	Propuestas para el Desarrollo del Sistema Turístico				Evaluación de Proyectos (175)			750		
				Gestión de la Calidad (175)	Cooperación para el desarrollo (175)						Trabajo de Titulación (400)	
Asignatura integrada por ciclo								7200		0		
* Itinerario 1 Desarrollo de Destinos Turísticos								430	Horas Prácticas			
* Itinerario 1 Gestión de Empresas Turísticas												

Apéndice C  
Figura C2

Carrera: Turismo		Objeto (concreto): El Sistema Turístico						Modalidad: Distancia				
UOC	Núcleo Estructurante	Ciclo	Núcleo Problemático	Campus de Formación					Nº. Total de Horas			
				Fundamentos teóricos	Praxis profesional		Epistemología y metodología de la investigación	Integración de saberes, contextos y cultura		Comunicación y lenguaje		
BÁSICA	Fundamentos del Sistema Turístico	I	Fundamentos Teóricos del Turismo	Fundamentos del Turismo (120)				Historia del Arte Universal (120)	Oficina para la Educación Superior (120)	840		
				Matemáticas (120)				Humanismo Integral I (120)	Lenguaje y Pensamiento I (120)			
		II	Fundamentos históricos-geográficos del Turismo	Geografía Física del Ecuador (120)	Prácticas I (115)			Historia Prehispánica de América (120)	Lenguaje y Pensamiento II (120)	835		
				Patrimonio Cultural del Ecuador (120)				Humanismo Integral II (120)	Idioma Inglés II (120)			
III	Fundamentos socioeconómicos del Turismo	Administración de Empresas de Servicios (120)	Relaciones Públicas y Protocolo (120)			Metodología de la Investigación (120)	Enfoque Económico (120)	Idioma Inglés III (120)	840			
			Geografía Turística Nacional e Internacional (120)					Ecología (120)				
IV	Fundamentos de la Planificación del Sistema Turístico		Planificación Turística (160)	Prácticas II-Vinculación (160)		Estadística (120)		Idioma Inglés IV (120)	760			
			Organización y Métodos (120)									
			Contabilidad Administrativa y Financiera (120)									
PROFESIONAL	La Gestión del Sistema Turístico	V	La Operación de la Oferta Turística	Matemáticas Financiera (120)	Operación Hotelera (120)		Prácticas III (34)	Culturas Contemporáneas (120)	Idioma Inglés V(120)	874		
					Mantenimiento y Seguridad para el Turismo (120)	Medición de Impactos (120)			Administración de Talento Humano (120)			
					Transporte Turístico (120)							
		VI	La Operación de la Demanda Turística	Legislación Turística y Laboral (120)	Gestión de Costes y Consumos (120)	Planificación Estratégica de Productos (120)			Desarrollo del Emprendimiento (120)	872		
					Administración Hotelera (120)			Investigación de Mercados (120)	Gestión de Recursos Naturales (120)			
		VII	Formulación de proyectos para Turismo		Operación de Restaurantes y Franquicias (120)	Periodismo de viajes (120)			Formulación de Proyectos (120)	Ética Profesional (120)	Idioma Inglés I (120)	720
						Marketing de Destinos Turísticos (120)						
						Alimentos y Bebidas (120)						
VIII	La Integración de las TIC al Sistema Turístico		Negocios Internacionales y Comercio Electrónico (120)			Prácticas V (139)		Idioma Inglés II (120)	739			
			Software aplicada al turismo (120)	Sistemas geográficos de Información (120)								
				Cocinas Ecuatoriana e Internacional (120)								
TITULACIÓN	El Desarrollo del Sistema Turístico	IX	Propuestas para el Desarrollo del Sistema Turístico				Evaluación de Proyectos (160)		720			
				Gestión de la Calidad (160)	Cooperación para el desarrollo (160)		Trabajo de Titulación (400)					
<b>Asignatura integrada por ciclo</b> * Itinerario I Desarrollo de Destinos Turísticos * Itinerario I Gestión de Empresas Turísticas									7200			
Horas Prácticas									480			

**Apéndice C**  
**Figura C3**

 **MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL**  
**(GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO)**

SMG 2017 - 12562

Guayaquil 7 de septiembre 2017

Sr.  
Celso Marco Torres Galarza  
Ciudad

En contestación al oficio SMG 2017-12500, del Inmueble identificado con el Código Catastral número 96-0158-001-0-0 noventa y seis – ciento cincuenta y ocho – cero cero uno – cero – cero cuya ubicación es en el km 10 y medio vía salinas del caton Guayaquil.

Realizando la respectiva verificación de uso de suelo, el inmueble en mención se encuentra habilitado para negocio de categoría restaurant ya que su ubicación es en una zona comercial.

Atentamente





Ing. Jorge Cedeño Castro  
Analista del Departamento de Terreno

F93900001



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, **Torres Navarro Johanna Nathaly**, con C.C: # **0923800973** y **Uribe Ramírez Diana Katherine**, con C.C: # 0925740318 autor/a/es del trabajo de titulación: Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras 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, 12 de septiembre del 2017

---

Nombre: **Torres Navarro Johanna Nathaly**  
C.C: **0923800973**

---

Nombre: **Uribe Ramírez Diana Katherine**  
C.C: **0925740318**



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>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta para el diseño de un restaurante escuela de la UCSG para la Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>AUTOR(ES)</b>	Torres Navarro Johanna Nathaly y Uribe Ramírez Diana Katherine		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	12 de septiembre del 2017	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>133</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Alimentos y bebidas, servicio al cliente, Restauración		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Prácticas pre-profesionales, servicio al cliente, atención al cliente, estudiantes, restaurante escuela, educación superior		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): La investigación realizada establece la propuesta para el diseño de un Restaurante Escuela de la Universidad Católica para la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, cuyo objetivo es desarrollar un estudio del entorno y el mercado, para poder determinar la viabilidad de implementarlo y que permita a los estudiantes desarrollar sus habilidades y conocimientos previamente obtenidos, durante el proceso del periodo Universitario. La metodología de investigación fue de enfoque mixto, debido a que se dispuso de datos cualitativos y cuantitativos para analizar el nivel de aceptación, tanto de los consumidores como de los estudiantes inscritos en la materia de prácticas pre- profesionales. Se empleó el método deductivo ya que es el más apropiado para determinar el diseño de la propuesta del restaurante escuela, se desarrolló una investigación documental y de campo recolectando datos por medio de encuestas a consumidores y estudiantes y entrevistas a las principales autoridades de la Universidad Católica. Se presenta la propuesta operativa y financiera determinando que el proyecto es viable y rentable, y se espera que el proyecto retorne la inversión en 3 años 5 meses aproximadamente.			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-22086220 (+593-4-2288327)	E-mail: dianauriber95@gmail.com <a href="mailto:johannatn92@hotmail.it">johannatn92@hotmail.it</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Salazar Raymond María Belén		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext. 5049		
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec">maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			