

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR-UNIB.E

Escuela de Hotelería

Trabajo de titulación para obtener el título de Ingeniera en Administración de
Empresas Hoteleras

Título:

Diseño del Restaurante temático sobre la base de la cultura afro ecuatoriana de
la parroquia de Ambuquí, Provincia de Imbabura, Ecuador

Autora:

ESTRELLA LOMAS XIMENA CAROLINA

Tutora:

MSC. SANDRA GALARZA

Quito - Ecuador

Febrero 2014

INDICE

RESUMEN.....	4
CAPITULO I. Sección Introdutoria.....	5
1.1. Introducción	5
1.2. JUSTIFICACION.....	6
1.3. Definición del Problema.....	8
1.4. Objetivos General y Específicos	9
1.4.1. Objetivo General.....	9
1.4.2. Objetivos Específicos.....	9
CAPITULO II. Fundamentación Teórica	10
2.1. Marco teórico.....	10
2.2. Marco Conceptual.....	17
2.3. Metodología de Investigación	19
CAPITULO III. Análisis Situacional.....	21
3.1. Macro Ambiente.....	21
3.1.1. Factor Económico.....	21
3.1.2. Factor Social.	23
3.1.3. Factor Legal.....	26
3.1.4. Factor Político	29
3.1.5. Factor Cultural.	31
3.2. Estudio de Mercado.	34
3.2.1. Aplicación de Encuestas	34
3.2.2. Modelo de la Encuesta	36
3.2.3. Interpretación de Resultados.....	38
3.2.4. Discusión de Resultados.....	48
3.3. Micro Ambiente	49
3.3.1. Proveedores.....	49
3.3.2. Clientes.	54
3.3.3. Competencia.....	56
3.4. Matriz Estratégico FODA.....	58

CAPITULO IV DISEÑO DE LA PROPUESTA	60
4.1. Estructura Organizacional	60
4.1.1. La Empresa	60
4.1.2. Ubicación	60
4.2. Filosofía de la Empresa	61
4.2.1. Misión	61
4.2.2. Visión	62
4.2.3. Políticas de la Empresa	62
4.3. Organigrama Estructural	62
4.4. Organigrama Funcional	64
4.4.1. Área Administrativa	64
4.4.2. Área de Cocina	65
4.4.3. Área de Servicio	67
4.5. Estructura de Marketing	69
4.5.1. Marca	69
4.5.2. Logo	69
4.5.3. Slogan	70
4.5.4. Menú de Restaurante	71
4.6. Presentación del Producto	73
4.6.1. Distribución	76
4.6.2. Requisitos Indispensables para trabajar en el Restaurante “Sabor y	83
4.6.3. Precio	84
4.6.4. Plaza	86
4.6.5. Promoción	87
4.7. Estructura Financiera	88
4.7.1. Cotizaciones	89
4.7.2. Materia Prima	92
4.7.3. Sueldos	93
4.7.4. Otros Gastos	96
4.7.5. Inversión	97
4.8. Capital del Trabajo	98

4.9. Balance General	99
4.10. Producción Estimada	100
4.11. Presupuesto de Ingresos y Gastos.....	100
4.12. Amortización.....	102
4.13. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	103
4.14. Depreciaciones	103
4.15. Evaluación Financiera.....	104
4.15.1. Flujo de Caja.....	104
4.15.2. Punto de Equilibrio	105
4.15.3. Punto de Equilibrio en Unidades	106
4.15.4. Valor Actual Neto (VAN)	107
4.15.5. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	109
4.15.6. Periodo de Recuperación de la Inversión	110
CAPITULO V. Conclusiones y Recomendaciones	111
5.1. Conclusiones	111
5.2. Recomendaciones.....	112
GLOSARIO:.....	114
BIBLIOGRAFIA.....	116
NETGRAFIA.....	117
ANEXOS	118

RESUMEN

Diseñar un restaurante temático sobre la base de la cultura afroecuatoriana asentada en la Parroquia de Ambuquí, se considera un proyecto diferente al enfocar la implementación de un establecimiento de alimentos y bebidas a la cultura afroecuatoriana del Vale del Chota. Mediante una visita de campo en la que se identificó las costumbres y tradiciones, investigando a fondo sobre su cultura y como poder integrarla a la propuesta de un restaurante temático en este tipo de espacios, el cual también deberá cumplir todos los requisitos indispensables para considerarse un establecimiento adecuado para sus visitantes.

Mediante las diferentes observaciones de campo que se realizaron se identificó que la cultura es atractiva para los turistas nacionales y consideran innovadora la idea de la implementación de un restaurante enfocado a los afroecuatorianos, con el objetivo de promover la cultura como un atractivo turístico. Además que se espera difundir la cultura afroecuatoriana de una manera más amplia y de esta manera generar afluencia de turistas en gran cantidad.

CAPITULO I. Sección Introductoria

1.1. Introducción

Al diseñar un restaurante temático enfocado en la cultura afroecuatoriana, primero se toma en cuenta la necesidad que se genera con un nuevo establecimiento de alimentos y bebidas considerándolo como un espacio rentable dentro de un negocio que permita invertir y obtener ganancias del mismo. Al igual que muchos negocios alrededor del mundo se genera una competencia e de ahí surge la idea de estar enfocado a la cultura afroecuatoriana que se encuentra acentuada en el Valle del Chota, con la finalidad de brindar un ambiente diferente de los demás, que motive a cualquier visitante a conocerlo por la temática que tiene además de ofrecer variedad de comida. Un restaurante temático a más de su gastronomía brinda la oportunidad de conocer algo más en este caso la historia de una cultura única dentro de la región interandina del Ecuador la cual presenta sus costumbres, tradiciones que se dan en el valle del Chota único de ellos.

Por otra parte la idea del diseño de un restaurante temático en la parroquia de Ambuquí, provincia de Imbabura se la toma en cuenta considerando la reducida cantidad de restaurantes que se aprecian en la zona, ya que la parroquia se encuentra atravesada por una de las vías más grandes del país que siempre es transitada por viajeros que al encontrarse con un establecimiento de alimentos y bebidas se convierta en una parada obligatoria lo cual ayudaría a fomentar el turismo en mayor cantidad. Realizando la visita de campo al lugar, se pudo verificar que la

parroquia de Ambuquí y la zona en la que se tiene enfocada para el diseño del restaurante temático únicamente cuenta con establecimientos de recreación (Balnearios), lo que llevó a la conclusión de un restaurante temático enfocado a la cultura de la zona para que Ambuquí no sea únicamente un lugar de paso si no se convierte en una parada obligatoria y puedan conocer más de dicha cultura.

Para poder realizar este proyecto cuenta con investigación descriptiva y de campo que permita indagar dentro de la cultura afroecuatoriana y como poder combinarla dentro de un restaurante para que se convierta en un proyecto viable de trabajo. Por medio de encuestas se conocerá de un nuevo establecimiento de igual manera documentos que ayuden a conocer a fondo sobre la cultura desde sus principios, gastronomía, religión entre otros aspectos que den más conocimiento al proyecto y poder estructurar un restaurante temático que se complemente desde la infraestructura, mantelería y el tipo de comida que se ofrezca (www.slidshare.net/) 8 Enero 2014.

1.2. JUSTIFICACION

Los establecimientos de alimentos y bebidas se han extendido alrededor del mundo desde los años 50'. El servicio de alimentos y bebidas siempre ha sido una fuente de trabajo factible para quien lo pone en marcha, el satisfacer las necesidades alimenticias conjuntamente con un buen servicio es importante para los clientes. Partiendo de este antecedente se han creado diferentes establecimientos de

diversas características, dándole un ¹“PLUS” al ofrecer un producto diferente como: restaurantes buffet, temáticos, fast food, entre otros (www.blogdecocina.com/)

En los últimos años ha aumentado mucho la competencia a la hora de comercializar establecimientos de alimentos y bebidas. Esto ha conducido a la aparición de un gran impulso para hacer más atrayente la estancia, acogida y la animación turística (Fonseca, 2006).

El Ecuador es un país mega diverso y multiétnico por estar ubicado en la línea ecuatorial el cual posee diversidad de cultura, gastronomía, del cual se puede explotar de manera turística en sus diferentes regiones y ciudades.

Alrededor del país existen varios restaurantes que ofrecen una variedad de comida nacional e internacional; un factor en contra que tienen estos establecimientos es, que la mayoría no cuentan con los permisos requeridos, o el servicio que ofrecen no está establecido de la manera más adecuada como restaurante. El Ecuador ha ido creciendo en el ámbito turístico en estos último años, siendo la razón para mejorar la planta de servicios. En la actualidad siguen incrementando establecimientos de alimentos y bebidas en áreas urbanas, rurales y lugares turísticos que ofrecen distintos servicios, también se ha dado un incremento de innovadores proyectos que demuestran originalidad en la creación de dichos establecimientos (Mintur, 2003).

En la provincia de Imbabura se encuentra el Valle del Chota donde se asienta la cultura afroecuatoriana la cual se caracteriza por ser única dentro de la región interandina, dentro del Valle del Chota se encuentra la Parroquia de Ambuquí en la

¹ PLUS: Valor agregado, extra que se da a un lugar u objeto(www.wordreference.com/) 14 febrero 2014.

cual existe un relativo número de restaurantes los cuales no resaltan ni demuestran la cultura de esta zona (Mintur, 2009).

Por tal razón se ha visto la necesidad de proponer la creación de un restaurante que resalte tales características y de esta manera conservar la esencia de la cultura, por medio de la gastronomía.

1.3. Definición del Problema

La parroquia de Ambuquí es identificada por la historia que conlleva el asentamiento de los primeros afroecuatorianos en el Valle del Chota, además que tiene una planta de servicios reducida enfocada en gran parte en alojamiento y paraderos turísticos, dejando a un lado establecimientos de alimentos y bebidas que resulta indispensable para el viajero visitante.

Mediante una observación de campo realizada al lugar se evidencia la escases y reducida variedad de establecimientos de alimentos y bebidas, siendo un espacio necesario dentro de un lugar que es conocido de manera turística por la cultura afroecuatoriana de la sierra asentada en la zona. Además que los restaurantes que se encuentran en la Parroquia de Ambuquí no fomentan a los clientes el consumo de los productos de la zona o platos típicos del lugar o provincia, si no que se ofrece platos a la carta que se encuentra en restaurantes convencionales.

Otro factor importante es brindar un nuevo concepto de establecimiento de alimentos y bebidas que a más de ofrecer buena comida, que brinde recreación artística visual que será representada por medio de una temática especial, en este

caso enfocado a personas afroecuatorianas residentes del valle del Chota, por medio de la cual se dará a conocer su cultura, costumbres enfocado desde la parte turística.

Por lo tanto nace la idea de plantear la implementación de un establecimiento de alimentos y bebidas, en el cual los clientes puedan conocer de una manera diferente a otros restaurantes, y en un ambiente agradable las costumbres y tradiciones de cada comunidad típica de una zona del país.

1.4. Objetivos General y Específicos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar un restaurante temático sobre la base de la cultura afroecuatoriana de la parroquia de Ambuquí, provincia de Imbabura.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer una propuesta para la implementación del restaurante temático en torno a la cultura musical afroecuatoriana.
- Fundamentar teórica y conceptualmente la investigación basándose en fuentes primarias que lleva a un correcto desarrollo del macro y micro ambiente para un eficaz desarrollo de la propuesta de creación del restaurante.
- Conocer las características y requisitos que deben cumplir los restaurantes a fin de diseñar un buen servicio.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto.

CAPITULO II. Fundamentación Teórica

2.1. Marco teórico

IMBABURA.- Es la segunda provincia de la región Interandina del Ecuador después del Carchi, se encuentra limitada al norte con la provincia del Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas.

Los cantones que integran la provincia son: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí, se encuentran involucrados y esperanzados con una actividad turística, que les permita un desarrollo sostenible a través de cuidar y mantener sus patrimonios e incentivar un mayor número de visitas, de quienes se interesen por conocer el patrimonio natural, cultural y gastronómico que les identifica y diferencia de las restantes regiones del Ecuador.

Actualmente, los residentes de estos cantones, participan en iniciativas originadas en sus gobiernos seccionales, en sus organizaciones comunitarias o en acciones empresariales para impulsar el turismo comunitario y de haciendas, así como actividades artesanales, deportivas y sociales que están vinculadas al turismo, generando de esa manera mayores fuentes de trabajo que redundarán en el mejoramiento de la calidad de vida de quienes residen en esta región (Pazos, 2010)

VALLE DEL CHOTA.- El valle del chota se ha desarrollado en la cuenca del río del mismo nombre, se ubica en el límite entre Carchi e Imbabura, a 35 Km. de Ibarra y 89 Km. de Tulcán, se accede al valle fácilmente por la Panamericana Norte. Ubicado a 1560 m.s.n.m., tiene una temperatura promedio de 24 grados centígrados. Tiene

una población de 24.783 habitantes de raza negra (afro-ecuatoriana). Comprende las comunidades de Ambuquí, Chalguayacu, Juncal, Carpuela, estación Carchi y Ponce en la provincia del Carchi; cuenta con un clima tropical seco, saludable, está rodeado de laderas y colinas con sembríos de productos de la zona como: ovos, mangos, tomate de árbol, caña de azúcar, tuna, entre otros. La fauna del Valle del chota está constituida por animales de vida silvestre como: lagartijas, colibrí, mirlo, guiragchuro. (Gutierrez, 2010).

En la última década ha mejorado el nivel de vida de los pobladores del valle debido al incremento de nuevos cultivos y la presencia de inversionistas en el área de Turismo que ha facilitado el incremento de fuentes de trabajo y su economía.

ANIMACION CULTURAL

Se enfoca en desarrollar actividades que llamen la atención de los turistas y que de estas el turista participe e interactúe siempre y cuando el cliente sienta la necesidad o impulso de realizarlas, la animación cultural tiene la finalidad de que el cliente realice actividades que no tiene la oportunidad de practicarles en la vida cotidiana (Fonseca, 2010). Podemos destacar el siguiente tipo de actividades:

Actividades manuales (talleres)

Actividades musicales (clases de instrumentos, canto, formación de baile)

Actividades varias (idiomas, fotografías)

ANIMACION RECREATIVA

Tiene la finalidad de brindar a los clientes un momento agradable, sin preocupaciones, con el único objetivo de distraer y entretener al cliente, sin apenas participación activa, es decir su objetivo es de vender sensaciones por ejemplo:

Espectáculos (música, bailes, obras de teatro, fuegos artificiales)

Juegos de salón (juegos de mesa conocidos)

Concursos de baile, de disfraces, de cocina

Cine, video, televisión (Fonseca, 2010).

NEGROS DEL CHOTA

La población afroecuatoriana migró al Valle del Chota en el siglo XVII traídos por los jesuitas y mercedarios para trabajar como esclavos en las minas y en las plantaciones de caña de azúcar los negros han sido considerados personas trabajadoras, que con el pasar de los siglos se liberaron de la esclavitud y empezaron a surgir como pueblo en el Chota, su principal manifestación es la música y su destreza para bailar y tocar la bomba, el tambor y otros instrumentos muy rudimentarios y se dedican a las labores agrícolas. Su cultura está plasmada en el museo Honka Monka, donde se puede observar el desarrollo Del pueblo afroecuatoriano en Valle del Chota (www.touribarra.gob.ec/)27 marzo 2013.

AMBUQUI

La Parroquia rural de Ambuquí se encuentra en las afueras del Valle del Chota y se encuentra dentro del cantón Ibarra, limitada entre la Provincia del Carchi y el Valle

del Chota, esta parroquia se caracteriza por ser la única dentro del valle con la mayoría de sus habitantes indígenas, que residen ahí a causa de la migración de pueblos y asentamientos de Ibarra y Carchi. Es una parroquia que se dedica a elaborar sus productos de manera artesanal como: licores, mermeladas, Ambuquí se encuentra 1500 metros sobre el nivel del mar (msnm), (www.touribarra.gob.ec/) 27 marzo 2013.

MARIMBA

La música negra del Pacífico, con el sonido cadencioso de la Marimba, cununos, bombos, guazá; cuenta con una variedad de ritmos, este tipo de música es importante dentro de la cultura afroecuatoriana, además que está dentro de los aspectos de valoración de la misma para la propuesta de implementación del restaurante (afros.wordpress.com/): 27 marzo 2013.

BAMBUCO

Danza y ritmo del pacífico y norte Esmeraldeño con gran componente africano, caracterizado por los instrumentos que se utilizan: la marimba, cununos, bombos, y guaza: y el acompañamiento de voces es ejecutado por mujeres con topología de letanías y estribillos en segunda voz.

Bambuco proviene del kikongo Kulala que equivale a Danza rápida, se lo marca en seis octavos, y cuatro tiempos (www.elmundoaullando.com/): 27 marzo 2013.

BOMBA

La Bomba es la principal manifestación cultural del Valle de Chota ubicado en la provincia de Imbabura al norte del Ecuador, esta manifestación es la principal atracción dentro del establecimiento temático propuesto, como una de las actividades y manifestaciones culturales que realizan los pobladores del Valle del Chota en sus días festivos, o como antiguamente lo realizaban después de largos días de trabajo explotado y mal remunerado.

Su nombre tiene origen en las culturas africanas, y su ritmo se vincula con la música afroamericana de Puerto Rico, Honduras y Cuba. La Bomba es un género musical que incluye poesía y que cuenta los hechos vividos, penas, alegrías, anhelos y esperanzas de un pueblo que de generación en generación sintetiza su historia a través de la música.

Se puede definir como un estilo libre, que no tiene reglas rígidas en cuanto a la rima y al verso, su contenido está enriquecido con situaciones netamente sociales, expresando mediante su lenguaje característico y pintoresco la cultura y las tradiciones del pueblo del Chota (afros.wordpress.com/) 27 marzo 2012.

ARRULLO

Es un canto cuyos temas son preferentemente religiosos no siempre, en ocasiones también abordan cuestiones como el sufrimiento del pueblo negro, o hechos históricos relevantes en su historia de resistencia. Este tipo de música, que se interpreta siempre en acontecimientos religiosos, fiestas patronales, velorios,

Navidad o Semana Santa. El arullo es un ritmo particular dentro de la cultura afroecuatorina al ser interpretada solo en eventos especiales, este ritmo la mayoría de veces es interpretado por mujeres y niños con la finalidad de dar delicadeza a las melodías mientras se las canta, también por el timbre de voz que tienen las mujeres y niños. Sobre una base rítmica muy marcada los arrulladores siguiendo un esquema de solista-coro, interpretan canciones ya conocidas en las que, a menudo, introducen improvisaciones (afros.wordpress.com/) 27 marzo 2012.

BANDA MOCHA

La Banda Mocha es una de las manifestaciones afroecuatorianas típicas de la raza negra en el Ecuador y cumple un papel determinante en el convivir de la gente de Chalguayacu, pues está presente en todo acto social que realizan las personas, desde el nacimiento hasta la muerte. Prácticamente la Banda Mocha forma parte de la vida misma de los seres humanos, no solo en Chalguayacu, sino en todos los poblados del Valle del Chota. Es indispensable tomar en cuenta este tipo de música dentro del establecimiento dando a conocer diferentes estilos musicales de los afroecuatorianos que residen en el Valle del Chota

Los instrumentos son de viento y percusión con la particularidad de ser fabricados con elementos de la naturaleza. Actualmente la Banda Mocha está integrada por dos cantantes y 12 músicos que interpretan la hoja, el penco, el carrizo, los puros, platillos, y bombo (afros.wordpress.com/) 27 marzo 2012.

RESTAURANTE

Es un establecimiento dedicado al expendio de comidas y bebidas ubicado en zonas de alta incidencia de clientes o en carreteras donde se paga por la comida y bebida, para ser consumidas en el mismo local o para llevar. Los restaurantes tienen la finalidad de brindar al comensal cualquier tipo de comida dependiendo del establecimiento a fin que conseguir la satisfacción del cliente generando la necesidad de consumir los alimentos en el establecimiento, hoy en día los restaurantes ofrecen variedad de servicios como: rápida, gourmet, típica, fusión, molecular, entre otras (Fonseca, 2006).

RESTAURANTE TEMÁTICO

Se los denomina restaurantes temáticos a los establecimientos que ofrecen un exclusivo servicio, o tipo de comida en especial. Los más comunes son los que se caracterizan por servir comida de su lugar de origen, en otras partes del mundo, por ejemplo la comida China. Los restaurantes temáticos son sumamente detallistas en torno al establecimiento, desde la decoración del área de comensales referente a la cultura o temática, la ambientación del lugar (música), presentación de los platos, están dedicados a mostrar un enfoque cultural específico, en este caso la cultura afroecuatoriana de la Parroquia de Ambuquí (Fonseca, 2010).

2.2. Marco Conceptual

ALIMENTOS.- Sustancia física, la cual se puede mirar, oler, palpar y tiene la función principal de satisfacer las necesidades biológicas, de nutrientes de los seres vivos (Burneo, 2008).

AMBUQUI.- Pequeña población de la Provincia de Imbabura y forma parte de los cantones rurales del cantón Ibarra dentro del valle del Chota, limitando con la provincia del Carchi (www.touribarra.gob.ec/) 28 marzo 2012.

BEBIDAS.- Sustancia líquida que pueda ingerir el ser humano (Burneo, 2004).

BOMBA DEL VALLE DEL CHOTA.- La música bomba, la expresión musical más tradicional y característica de los afrochoteños, es interpretada normalmente por un trío o un cuarteto: una bomba, dos guitarras y, en ocasiones, maracas” (afros.wordpress.com/) 28 marzo 2012.

CULTURA.- Es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que lo conforman (www.definicion.de/) 28 marzo 2012.

ECUATORIANA.- Persona o cosa originaria del país Ecuador (Gispert 1991).

IMPLEMENTACION.- poner en práctica un proyecto o plan establecido en un tiempo espacio determinado (Fonseca, 2010).

MUSICA.- Conjunto de sonidos o ruido que sea coherente para el oído humano y que ofrezca una sensación de alegría y armonía (www.word.reference.com/) 28 marzo 2012.

MUSICA AFROCHOTEÑA.- Además del ritmo afroamericano se integran más influencias indígenas y europeas, que la hacen parecida a la música andina, las expresiones musicales de la población negra del Valle del Chota conservan una serie de elementos tradicionales y un fuerte contenido étnico. Se trata de música hecha por los afroecuatorianos del Chota con un equipo instrumental muy propio, y fundamentalmente destinada a la recreación del mismo grupo. A pesar de que las expresiones musicales difieren notablemente de las de la población afroesmeraldeña, el baile, por lo contrario, muestra aspectos formales y de contenido similares (afros.wordpress.com/) 28 marzo 2012.

MUSICA AFROECUATORIANA.- Existen dos elementos distintivos de la música que se escucha en la costa nor-occidental de Ecuador. El primero tiene que ver con las raíces africanas, las cuales aportan el uso de instrumentos como marimbas, bombos, guasas y el segundo elemento es la práctica de la danza llamada Bambuco (afros.wordpress.com/) 28 marzo 2012.

RESTAURANTE.- Es aquel establecimiento que dispone de cocina y servicio de comedor con el fin de ofrecer comidas al público, mediante precio, para ser consumidos en el mismo local (Burneo, 2004).

TEMATICO.- Extensión de la palabra tema que es tratar acerca de un contenido de alguna conversación, problema, entre otros, en lo temático es el de especializarse específicamente en un tema especial (Fonseca, 2010).

VALORACION.- Dar un reconocimiento a un lugar, cosa o persona específica (Lara, 1989).

MENÚ.- Es el conjunto o lista de diferentes platos de comida que se encuentran en un orden detallado en la manera que se sirve (entrada, plato fuerte, postre, bebidas),(es.thefreedictionary.com/)28 marzo 2012.

RECETA.- Es un documento que consta de una serie de ingredientes que se usan para la elaboración de alimentos en diferentes cantidades y variedad de sabores para llegar a una combinación adecuada y una presentación gastronómica de calidad (deconceptos.com/) 28 marzo 2012.

AMBIENTE.- Es un entorno que rodea y se desarrolla en un tiempo-espacio determinado ejemplo: cultura, naturaleza, lugar de trabajo, entre otros (definición.de/) 28 marzo 2012.

2.3. Metodología de Investigación

TIPO DE INVESTIGACION.- Para diseñar el proyecto de titulación se realizara por medio de una investigación de campo y exploratoria que permita conocer la cultura en la que se va enfocar el diseño del restaurante y también la vialidad que tiene el restaurante como proyecto de implementación.

TÉCNICAS DE INVESTIGACION.- Dentro de la elaboración del proyecto la técnica que se utiliza, es la aplicación de encuestas, entrevistas con la finalidad de recopilar información de los pobladores del sector y de los lugares aledaños a la parroquia de Ambuquí con la finalidad de conocer la acogida del proyecto.

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.- Lo que sirve para para facilitar el proceso de investigación del proyecto será con cámara fotográfica para documentar lo que se está realizando en el proceso de elaboración del mismo, además un computador, internet, flash memory en el cual se expone en el proyecto.

CAPITULO III. Análisis Situacional

3.1. Macro Ambiente

3.1.1. Factor Económico

La economía siempre ha sido considerada un elemento importante en el país, teniendo en cuenta como país subdesarrollado las labores que se realicen para mejorar la economía del país que siempre están presentes. La exportación de petróleo ha sido uno de nuestros más influyentes productos a nivel nacional e internacional que nos ha servido para poder mejorar la economía del país cada día, este año se ha considerado que la inflación del petróleo supera el 4% de la inflación y que llega al 4,4% según las autoridades del Banco Central (www.eluniverso.com/) 13 enero 2014.

Aparte del producto interno bruto (PIB) se aprecia como uno de los más importantes en la economía del país que también se han hecho presentes, desde los últimos años la educación, la salud, la manufactura, la construcción, la administración pública y el turismo que ha crecido de manera favorable, como factores más influyentes económicamente antes que el petróleo. Todos los elementos que se menciona anteriormente han tenido gran acogida por parte de la población para poder surgir como un país con menos desempleo y en otros casos con la creación de microempresas que ayudan a muchos ecuatorianos en la autosuficiencia y competitividad que el país está evidenciando en la actualidad. Desde el 2012 se considera que la economía creció más gracias a estos factores: las escuelas del

milenio, la inversión en la salud, el apoyo y exigencia que tiene la educación superior, ha hecho un país atractivo a nivel internacional por los avances que en un periodo medio se ha podido desarrollar rápidamente y estar a la par de países del primer mundo.

Desde el ámbito turístico se ha podido apreciar que se encuentra ya dentro del sector básico y estratégico del desarrollo económico y está contribuyendo al género de divisas por delante de otros sectores. Desde el 2011 se pudo ver que el turismo ha crecido un 13,42% sobre el 9% del 2011; lo cual ha generado la ganancia de 5 millones de dólares el año anterior, por lo que se debe tener en cuenta la inversión del gobierno en competir a manera turística con países latinoamericanos.

Siendo ya un rubro importante dentro del Producto Interno Bruto, la promoción turística que se elabora; se enfoca al turista internacional de países Europeos y América del Norte por lo que ha generado expectativa en el turista nacional y esto ha incentivado a que se realicen mejoras en las vías de desplazamiento a nivel nacional. Por lo que la adecuación de las carreteras a más de favorecer el comercio favorece a ciudades pequeñas para se den a conocer ya sea por sus actividades agrícolas, culturales, o turísticas (www.andes.info.ec/) 29 Enero 2014

El beneficio que se podría aprovechar para este proyecto es la acogida que tiene el turismo como inversión rentable dentro del Ecuador, se financia por medio de socios capitalistas, los cuales proveerán del dinero y el espacio físico para el desarrollo del restaurante temático tomando en cuenta como un negocio innovador dirigido a

incentivar el turismo y gastronomía ecuatoriana enfocada a la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota, siendo el restaurante más visitado en la zona.

Connotación.

Oportunidad: La consideración del turismo en el sector básico y por el apoyo del gobierno se vaya posicionando dentro del PIB.

Amenaza: Que disminuya el índice de turismo en el año a causa de limitada información turística tanto en el sector nacional como en el internacional.

3.1.2. Factor Social.

Desde el último censo que se realizó en el país en el año 2011; se pudo constatar que el Ecuador cuenta con 14.390.600 número de habitantes, con la más alta densidad de pobladores en América del Sur, como la población etno racial más diversa que nos hace un país abundante dentro de muchos aspectos (cultura, flora, fauna). Por el censo realizado hace 4 años se pudo constatar que existe más población en las zonas urbanas que en la rural con un porcentaje de 62% en la zona urbana y un 38% en la zona rural. (ecuadorpaisllenodecostumbres.blogspot.com/) 13 enero 2014.

Este último hecho se ha suscitado por varios factores, uno de ellos y el más relevante desde 1996 hasta la fecha actual ha sido la migración, que en su mayoría se da por personas que habitan en zonas rurales y han escogido como destino :

España, Italia y en menor cantidad a Estados Unidos. La mayoría de migrantes; a causa de esta ola de migración que se ha estado dando por la población ecuatoriana ha hecho que el trabajo en las áreas rurales escasee por falta de empleados en el lugar de trabajo, por lo mismo que los pobladores de tales sectores han migrado a las grandes ciudades incrementando la población en las zonas urbanas. Por este mismo hecho la falta de empleo en varios sectores laborales se ha visto escasa teniendo en cuenta a la población económicamente activa únicamente al 4,585.575 de la población dentro de un rango de personas entre 18 y 60 años de edad.

Dentro del porcentaje que se consiguió sobre la población económicamente activa de ecuatorianos se destaca más en las zonas urbanas. Dentro de la rama turística hotelera se aprecia un 4,50% que es considerado en su mayoría a hoteles y restaurantes, y en las zonas rurales el 1,30%. Esto se debe al reducido conocimiento turístico hotelero que tiene la población, aunque con la ayuda de la publicidad que invierte el Ministerio de Turismo considerando al Ecuador como Potencia Mundial ha hecho que la gente se interese más en visitar lugares turísticos aunque no mucho en invertir como fuente de trabajo, lo que lleva a la conclusión que cualquier actividad turística- hotelera es una buena fuente de empleo y se considere muy rentable ya sea por su etno cultura tan variada y flora y fauna que rodea al país(www.ecuadorpaisllenodecostumbres.blogspot.com/) 18 Enero 2014.

En el ámbito turístico también se evidencia una mejor organización por parte de personas que manejan este tipo de negocios en parte se da esto por la experiencia exitosa de muchas naciones que orientan sus esfuerzos hacia el desarrollo y

consolidación del turismo, bueno para pequeños y grandes empresarios (Zamorano, 2012). En este país el Turismo ha sido considerado como una alternativa idónea y con vocación turística para el emprendimiento de negocio en esta área pero para ello se requiere de la participación e investigación de la geografía, naturaleza y cultura del país para poder ofertar un producto de calidad.

Dentro de lo que es el servicio de alimentos y bebidas la sociedad brinda una buena acogida a los establecimientos que dan este tipo de servicio, considerando que la alimentación es una necesidad biológica del ser humano. Las comidas típicas ecuatorianas o platos internacionales son atractivos para el comensal cuando a más de brindar una comida impecable bajo todas las normas de sanidad alimentaria se dé un buen servicio, esto quiere decir que debe existir una conexión entre el producto que se brinda, la calidad con la que se sirve el producto y el ambiente en el que se encuentra (www.ecuadorpaisllenodecostumbres.blogspot.com/) 18 Enero 2014.

Al darnos cuenta que un establecimiento de alimentos y bebidas es un negocio rentable, se dará un plus o valor agregado presentando una temática especial, brindando un ambiente diferente con la finalidad de ser atractivo para los clientes y pobladores a de la zona esperando dar a conocer el nuevo producto.

Connotación.

Oportunidad: La acogida que tiene el turismo y la hotelería, participando como “Potencia Turística”, en la actualidad es promocionado el Ecuador por el Ministerio del Turismo.

Amenaza: El mal manejo de los establecimientos turísticos – hoteleros a causa de la ganancia económica de una mala imagen para el turista extranjero.

Por lo tanto se considera que el diseño de un restaurante temático es un proyecto viable por las razones que el turismo es una de las actividades económicas del momento en el Ecuador por lo que se trata de invertir un atractivo turístico con un establecimiento de alimentos y bebidas considerando que atraerá la afluencia de turistas nacionales.

3.1.3. Factor Legal

El ámbito legal dentro de una empresa son otros factores importante que va de la mano de la economía de la misma, por medio del cual se puede ejercer una buena administración la que es identificada como una empresa bien estructurada. La manera en la que se desempeñe la administración de un establecimiento turístico-hotelerero indica las normas que se están cumpliendo basadas en la ley del código del trabajo del Ecuador (Vázquez – Saltos, 2008)

Dentro de cualquier empresa se debe mantener al tanto el ordenamiento regulatorio vigente de la gestión empresarial, con la finalidad de fortalecer la estructura organizacional de la empresa en este caso un establecimiento de alimentos y bebidas. La misión, visión y objetivos dentro de la misma deben ser claros para un buen desempeño de las personas que participan dentro de dicha empresa. Además de vincularse con entidades públicas y privadas generando una empresa sólida y en modo de crecimiento.

Según el Código del Trabajo cualquier actividad de índole turística y hotelera se encuentran dentro de la rama de actividad de prestación de servicios, así como las normas que debe cumplir dicho establecimiento con la finalidad de identificar los diferentes deberes y obligaciones que debe cumplir un empleado, dedicado a este tipo de servicio. La fuente de trabajo es brindar servicio a otras personas, considerándola como actividad tangible que deberá ser remunerada aparte de un sueldo básico que se provea de las ganancias de la empresa (www.planificacion.gob.ec) 18 Enero 2014.

Para la Apertura de un nuevo establecimiento se requiere de varios requisitos que solicitan tanto El Municipio de Ibarra como el Ministerio de la Provincia.

Requisitos del Municipio de Ibarra para personas naturales al abrir un establecimiento:

- Inspección de los Bomberos para permiso del uso de suelo
- Original y copia de Ruc – Rise
- Copia y original de cédula y papeleta de votación de la persona propietaria
- Certificado y carné de salud del propietario del establecimiento

En el caso del Ministerio de Turismo solicita los requisitos para personas naturales son:

- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI, en caso de no encontrar registrado la razón social.
- Copia del registro único del contribuyente.

- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación, según la persona que va establecer el nuevo negocio.
- Lista de precios de los productos que se van a ofertar original y copias.
- Copia del título de propiedad e impuesto predial en caso de ser propietario del local.
- Inventario de todos los bienes del establecimiento
- 5 fotografías del establecimiento: fachada, cocina, áreas de recepción, lobby, baños, y servicios que se brindan
- Solicitud de registro del establecimiento (MINTUR IBARRA, coordinación zonal) 22 Enero 2014.

Por medio del plan nacional del buen vivir que maneja el SEMPLADES y el proceso de desconcentración del ejecutivo en los niveles administrativos y de planificación garantiza a los ciudadanos dedicados a la actividad laboral apoyo por medio de una evaluación de estándares de calidad periódicamente para el desarrollo del negocio como empresa, el cual se basa el diseño del proyecto con la finalidad de ir creciendo económicamente como empresa desde sus empleados (www.planificacion.gob.ec) 18 Enero 2014.

Connotación.

Oportunidad: Apoyo que brinda la Municipalidad de Ibarra y el Ministerio de Turismo para la implementación de un establecimiento Turístico- Hotelero.

Amenaza: Desinterés del Ministerio de Turismo de Ibarra sobre los establecimientos de alimentos y bebidas en la Parroquia de Ambuquí.

3.1.4. Factor Político

Durante varios años se ha evidenciado algunos conflictos políticos en el país que han perjudicado en gran parte a la población ecuatoriana; siendo la clase trabajadora la más afectada, durante diferentes años se ha evidenciado paros, huelgas enfrentamientos del pueblo contra el gobierno con la finalidad de obtener beneficios para partes específicas de un sector laboral, sin tomar en cuenta que de igual manera se ve perjudicado otros sectores de la población y por ende la economía del país.

La inestabilidad política del país ha provocado varios inconvenientes en el sector laboral, el desempleo ha sido uno de los factores más grandes que se suscitan en el país donde no existía una equidad laboral, se manejaba mucho nepotismo y no había un equilibrio sobre la función de derechos y obligaciones para los empleadores. En el área del servicio que brinda el turismo y la hotelería no se facilitaba de una manera adecuada los derechos para los empleados, de este sector como el trabajar más horas de las reglamentarias sin recibir el porcentaje adecuado por el servicio que se brinda (www.tramitesciudadanos.gob.ec/) 12 Enero 2014.

Se debe tener en cuenta que la economía, las leyes, y la política siempre van de la mano y son las que rigen y forman una sociedad ya sea en el ámbito social y laboral que representan dentro de una sociedad. La organización de varios países sudamericanos crearon la UNASUR, con la finalidad de impulsar la integración regional de varios sectores laborales como: la salud, hidroeléctrica, exportación de

crudo, entre otros, demostrando la fortaleza y desarrollo como país. Dentro de los países sudamericanos que se encuentra en esta organización ayuda a conocer más la región en la cual se ejecutan las diferentes actividades. El Ecuador a más de sus recursos explotados y exportados al exterior, brinda una gran biodiversidad que representa un país de una variada riqueza cultural y natural que hace un lugar exuberante y atractivo para ciudadanos extranjeros que buscan descanso (www.unasur.org) 13 enero 2014.

El Plan Nacional del Buen Vivir busca la coacción e interacción social dentro de un campo laboral agrupado por actividades con la finalidad de mejorar la calidad de vida de personas con malos empleos y desempleos, además de fomentar a pequeños empresarios a capacitarse para brindar mejores servicios dentro del campo turístico-hotelero.

En la actualidad el turismo y la hotelería tienen un gran apoyo por parte del Ministerio de Turismo que considera al Ecuador como Potencia Turística e invierte bastante en la publicidad del país para llegar a todo el mundo, por lo que el sector laboral dedica parte en el sector turístico-hotelero, mejorando las infraestructuras de sus establecimientos, capacitándose en mejorar el servicio de sus fuentes de trabajo, conocimiento del manejo adecuado de alimentos y demás que hacen que el turismo se convierta en uno de los empleos más viables para el país (www.unasur.org) 13 enero 2014.

Se presentará en proyecto al Ministerio de Turismo por lo cual nos dirigiremos al catastro del mismo y requerimiento de la licencia única de funcionamiento y constará

como establecimiento de alimentos y bebidas dedicado al rescate de la cultura afroecuatoriana, con la finalidad de ser un establecimiento turístico potencialmente activo.

Connotación.

Oportunidad: El apoyo y promoción a nivel internacional que da a conocer el Gobierno cada año.

Amenaza: Que el establecimiento no sea considerado por el SEMPLADES dentro del Plan del Buen Vivir.

3.1.5. Factor Cultural.

La cultura del país es mega diversa en varios aspectos en los cuales se caracteriza por demostrar sus diferentes cualidades dependiendo del sector en el cual se asienta, de igual manera esto representa la diferencia de las actividades económicas y el ritmo de vida que llevan diferenciando las labores que se da entre la gente de la costa con la sierra. Las personas de la costa se caracterizan por ser personas de una vida agitada y ligera, actúan de manera rápida y ágil lo que hace que tengan distintas actividades; totalmente lo contrario de las personas de la sierra que son más calmadas y analizan cada situación que se presenta, por lo que hace que varias actividades laborales favorezcan más a unos que a otros (Zamorano, 2009)

La cultura ecuatoriana es considerada como una sociedad trabajadora que se dedica al comercio desde muy temprana edad, tanto así que niños desde los 5 años de

edad se dedican al trabajo por exigencia de sus padres, sin tomar en cuenta el derecho a estudiar. Una de las razones por la que la población ecuatoriana se dedica a trabajar desde corta edad es el problema de la migración, la crisis económica de los años anteriores genera la necesidad de trabajar y en la mayoría de los casos abandonar la escuela.

La migración a otros países también provocó la migración a las grandes ciudades del país dejando abandonada la vida del campo, la población indígena del Ecuador siempre se ha caracterizado por ser la clase trabajadora, dedicada a la agricultura y ganadería, en su mayoría a causa de la migración se ha dejado de producir. Ahora muchas personas consideran rentable el trabajo en el campo, tanto que personas de la urbe y campesinos se retiran fuera de las zonas urbanas para poder emprender un negocio enfocado en actividades en el campo. Muchas personas trabajan en conjunto como comunidades enteras diseñando micro empresas que generan beneficio y crecimiento económico para los pobladores de dicho sector (www.significados.info/) 8 de Enero 2014.

En el área turística también se ha hecho lo mismo, enfocándose en las culturas conservadas desde sus orígenes, empiezan a desarrollar el turismo comunitario, el cual se encarga de mostrar a los turistas ya sean de la urbe o extranjeros la manera de vivir de ellos, como también sus actividades de supervivencia y el tipo de comercio que ellos manejan. Este tipo de turismo se lo puede evidenciar en el oriente y en sectores de alta vegetación de la costa. Al igual que el turismo comunitario las etnias ecuatorianas funcionan como herramientas dentro del turismo convencional, el

cual se basa en dichas culturas haciendo más atractivo un establecimiento de alojamiento, alimentos y bebidas, dando un enfoque característico al establecimiento basado en: su vestimenta, costumbres o tradiciones que hagan un espacio cultural, folklórico y llamativo para quien lo visite (www.significados.info/) 8 de Enero 2014.

La cultura afroecuatoriana cuenta su historia de una manera diferente a las demás culturas, por miles de años a causa de su raza de color fueron considerados como esclavos, de igual manera cuando llegaron al Ecuador por los años de 1550, su trágica historia llena de sufrimiento por el trato, inspiró a su gente a escribir poesía sobre sus penas y sufrimientos en esa época. Parte de eso se reconoce a los afroecuatorianos como gente luchadora y con más ganas de vivir, sus historias del pasado han inspirado para la composición de música alegre, rimas, y poemas que resalta sus ganas de vivir y los caracterice como personas alegres y divertidas. (www.worpres.com/) 29 Enero 2014.

Parte fundamental del proyecto es de innovar el servicio de alimentos y bebidas por medio de una temática cultural con la finalidad de brindar un atractivo turístico a más de comida nutritiva ecuatoriana, mostrando las culturas ancestrales escondidas del Ecuador enfocado desde el turismo como lo es la Cultura Afroecuatoriana residente del Valle del Chota.

Connotación.

Oportunidad: La mega diversidad cultural, ambiental, e histórica que favorece al país, brindando un amplio campo turístico.

Amenaza: Que la sociedad ecuatoriana enfoque el turismo en la parte ambiental y decaiga el interés cultural de su gente.

3.2. Estudio de Mercado.

El estudio de mercado que se realiza tiene la finalidad de ver la viabilidad del proyecto en la Parroquia de Ambuquí, y la acogida del diseño del mismo que será enfocado a la cultura afroecuatoriana, mostrando las costumbres ancestrales de la comunidad en la Región Sierra Provincia de Imbabura.

3.2.1. Aplicación de Encuestas

Para la aplicación de encuestas se debe obtener el número exacto de encuestas que se deberán realizar al sector en el cual se tiene planteado realizar el proyecto por el cual se realiza la operación de “Tamaño de la Muestra”, para determinar el número exacto de encuestas que deberán realizarse.

Las personas a las cuales está dirigida la encuesta está en un rango de 20 a 60 años, considerado un grupo de personas que realizan turismo alrededor del país, los cuales en su mayoría se toma en cuenta a los turistas nacionales más que a los extranjeros, conclusión que es tomada del índice de turistas nacionales e internacionales que visitan la provincia de Imbabura dato extraído de las cifras turísticas del Ministerio de Turismo 2011.

Turistas nacionales y extranjeros que visitaron la provincia de Imbabura en el 2011 fue de 140.340 personas por lo que se considera nuestro universo dicha cantidad.

Por medio de la fórmula explicada a continuación determinaremos el número exacto de encuestas a realizarse.

N= Universo de la muestra

n' = Tamaño de la muestra sin ajustar

n= Tamaño de la muestra ajustado

se=Error estada para la investigación es 0,015

v²= Variable de la población al cuadrado

s²= Variable de la muestra

p= Porcentaje estimado de la muestra (0,5)

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{p(1-p)}{(se)^2}$$

$$n' = \frac{p(1-p)}{(se)^2}$$

$$n = n'/1 + (n' \div N)$$

$$n' = \frac{0,5(1-0,5)}{(0,015)^2} = \frac{0,05}{0,00025} = 222,22$$

$$n = \frac{222,22}{1 + 222,22 \div 140340} = \frac{222,22}{1 + 0,00158} = \frac{222,22}{1,00158}$$

$$n = 221,87$$

$$n = 222 \text{ aproximado}$$

Por lo tanto se considera doscientas veinte y dos encuestas a realizar para el diseño del proyecto.

3.2.2. Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

Dirigido a Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

OBJETIVO: Establecer una propuesta para la implementación del restaurante temático en torno a la cultura musical afroecuatoriana

1.-¿Conoce usted la Parroquia de Ambuquí? SI NO

2.-Qué cultura del Ecuador llama más su atención en la Provincia de Imbabura?

Mestiza Indígena Afroecuatoriana

Por qué.....

3.- Con qué frecuencia sale de paseo?

De 4 o más veces al año 1 a 3 veces al año 1 vez al año

4.-Con qué frecuencia visita usted un restaurante

Una vez a la semana Cada dos semanas

Cada mes Cada dos meses o más

5.-A qué tipo de restaurante acude normalmente cuando viaja por turismo.

De comida rápida (KFC, Chefarina) Tipo Buffet

De comida Gourmet Comida Ecuatoriana

6.- Que tipo de comida Ecuatoriana le gusta Comer cuando sale?

- Fritada
- Carnes a la Plancha
- Arroz con menestra
- Yaguarlocro
- Carnes a la Parrila
- Locros (Papa, Queso) Otros.....

7.- Conoce de algún establecimiento turístico en el Vale del Chota

SI NO

8.- Conoce usted algún restaurante temático? SI NO

Cual..... Donde.....

9.-Visitaría un restaurante que rescate la cultura ancestral Afroecuatoriana del Valle del Chota?

SI NO

Porque.....

10.-¿Por qué regresa usted a un restaurante?

- Por la calidad de la comida
- Por la calidad del servicio
- Ambas

Gracias por su colaboración.

3.2.3. Interpretación de Resultados

De las encuestas realizadas a 222 turistas nacionales en un rango de edad de 20 a 60 años el resultado es el siguiente:

1.- ¿Conoce usted la parroquia de Ambuquí?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	75	33,78
NO	144	64,86
NO RESPONDEN	3	1,35
TOTAL	222	100

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí.

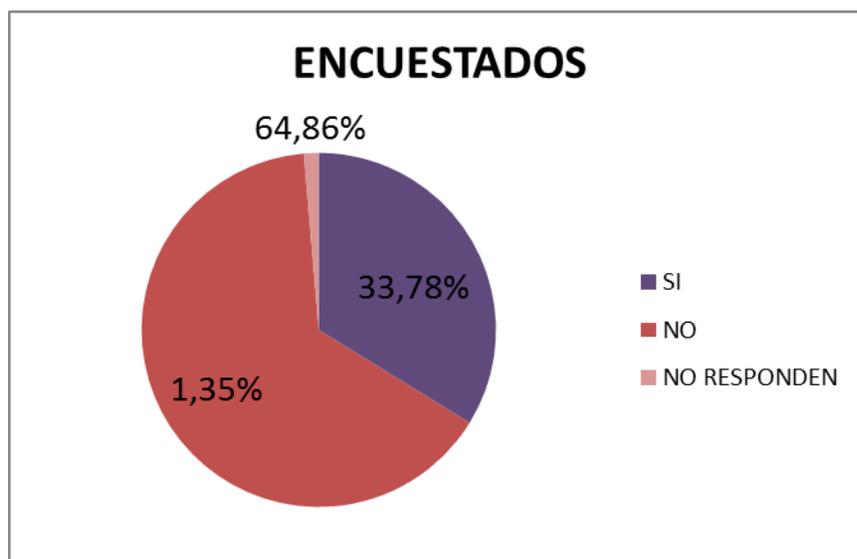


Gráfico No. 1. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

De las 222 encuestas aplicadas a los turistas nacionales, 75 personas indican que conocen la parroquia, mientras que 144 contestaron que no, y 3 no respondieron. Lo

que indica que la cultura mestiza y afroecuatoriana de la parroquia de Ambuquí es una población escondida de la provincia de Imbabura, la cual es un atractivo único en el que se enfoca el diseño del restaurante temático que se plantea.

2-¿Qué cultura del Ecuador llama más su atención en la provincia de Imbabura?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MESTIZA	45	20,27
INDÍGENA	120	54,05
AFROECUATORIANA	57	25,68
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

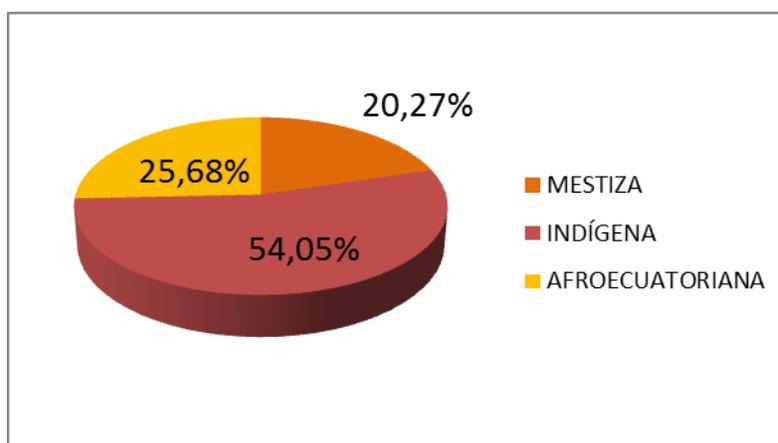


Gráfico No. 2. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

De las personas encuestadas, 120 contestaron que les atrae más la cultura indígena, 57 personas la cultura afroecuatoriana y la mestiza 45 personas, lo que indica que la cultura afroecuatoriana es una cultura escasamente conocida ya que la cultura indígena otavaleña resalta por sus actividades de comercio que la hicieron turísticas, por lo que el exponer la cultura afroecuatoriana representándola en un

establecimiento de alimentos y bebidas sería adecuado para dar a conocer sus raíces, costumbres y tradiciones.

3.- ¿Con que frecuencia sale de paseo?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De 4 o más veces al año	60	27,03
1 a 3 veces al año	96	43,24
1 vez al año	63	28,38
NO SALEN DE PASEO	3	1,35
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

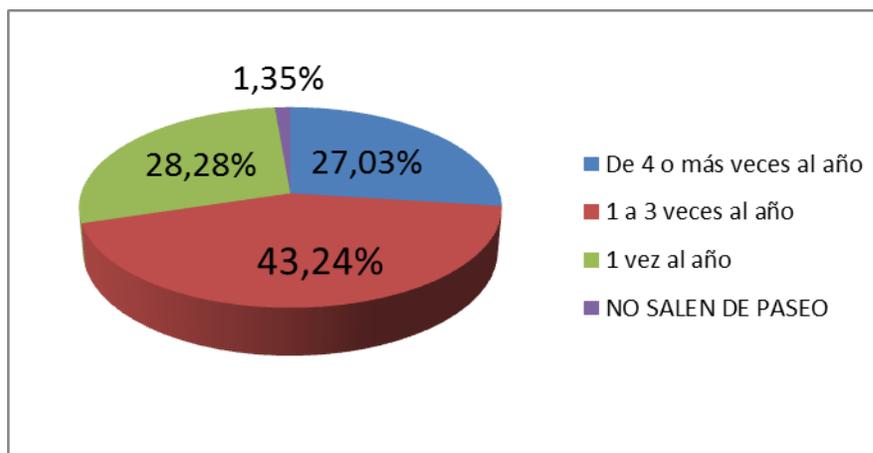


Gráfico No. 3. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

El resultado de esta pregunta fue el siguiente: 60 personas contestaron que salen de 4 a más veces en el año, 96 personas 3 veces al año, 63 personas 1 vez al año y 3 no salen de paseo, lo que indica que la mayoría de personas está dentro del grupo de turistas nacionales los cuales cumplen con el perfil de clientes del restaurante temático. El cual deberá darse a conocer por medio de publicidad directa y sea atractivo para el turista.

4.- ¿Con qué frecuencia visita usted un restaurante?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
UNA VEZ A LA SEMANA	120	54,05
CADA MES	33	14,86
CADA DOS SEMANAS	42	18,92
CADA DOS MESES O MÁS	21	9,46
TODOS LOS DÍAS	6	2,70
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

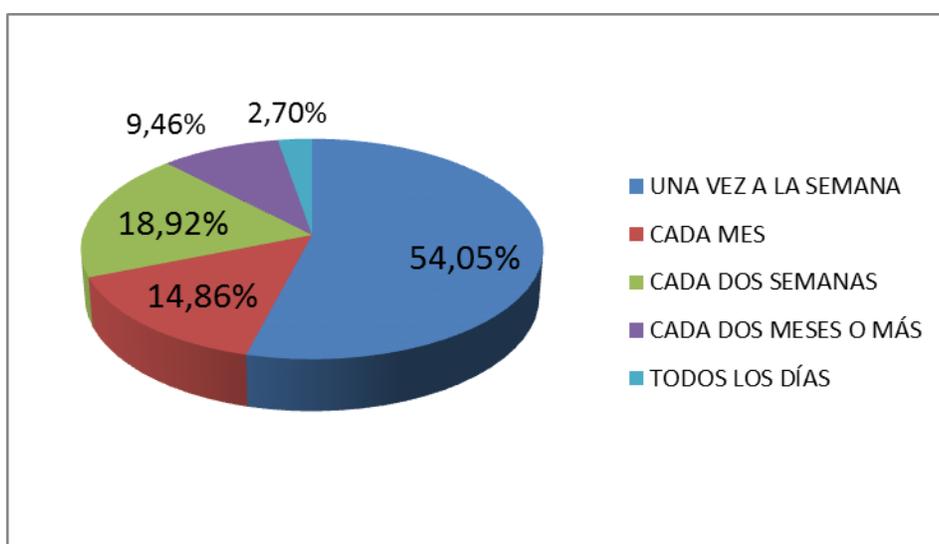


Gráfico No. 4. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

De esta pregunta pudimos tomar el siguiente resultado: 120 personas salen una vez a la semana, 42 personas cada dos semanas, 33 personas 1 vez al mes , 21 personas cada dos meses y 6 personas todos los días Lo que indica que el turista nacional frecuentaría el establecimiento de 1 a 3 veces en la semana considerando feriados y fines de semana, por lo tanto también se deberá tomar en cuenta a los viajeros de paso como clientes principales para la apertura del restaurante temático.

5.- ¿A qué tipo de restaurante acude normalmente cuando viaja por turismo?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De comida rápida (KFC)	51	22,97
De comida Gourmet	6	2,70
Tipo Buffette	6	2,70
Comida Ecuatoriana	159	71,62
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

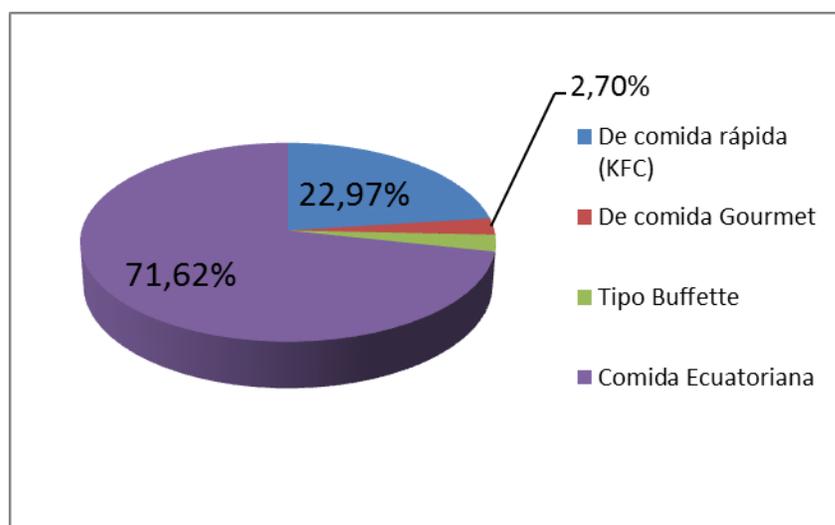


Gráfico No. 5. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

A esta pregunta la respuesta fue la siguiente: 159 personas prefieren la comida ecuatoriana, 51 personas comida rápida, 6 personas tipo gourmet y las 6 restantes tipo bufet, por lo que podemos darnos cuenta que la comida ecuatoriana es más apetecibles para los turistas. Y así el enfoque del proyecto será viable de acuerdo al tipo de comida que se servirá.

6.- ¿Qué tipo de comida Ecuatoriana le gusta comer cuando sale?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Fritada	66	29,73
Arroz con menestra	21	9,46
Carnes a la Parrilla	33	14,86
Carnes a la Plancha	18	8,11
Yaguarlocro	36	16,22
Locros (Papa, Queso)	15	6,76
Otros	33	14,86
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

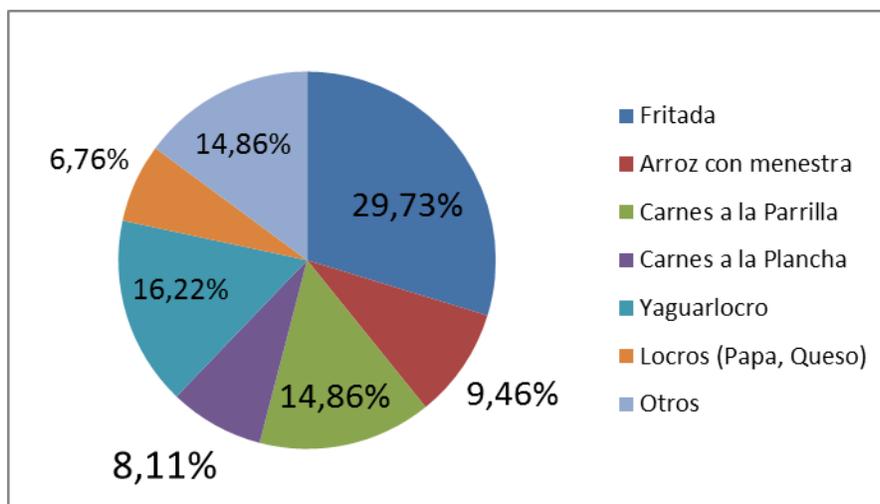


Gráfico No. 6. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

De los diferentes platos que se propusieron la respuesta fue la siguiente: 66 personas les gusta más la fritada, 36 personas el yaguarlocro, 33 personas carnes a la parrilla, 21 personas menestras, 18 personas carnes a la plancha, 15 personas locros y 33 personas restantes otro tipo de comida ecuatoriana. De esta manera podemos darnos cuenta que las comidas típicas más conocidas son más apetecidas por los turistas, y las menestras van en un rango menor aunque de igual manera

tienen acogida, por lo tanto el menú del restaurante deberá ser variado en nutrición y platos conocidos.

7.- ¿Conoce de algún establecimiento turístico en el Valle del Chota?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	57	25,68
NO	165	74,32
TOTAL	222	100

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

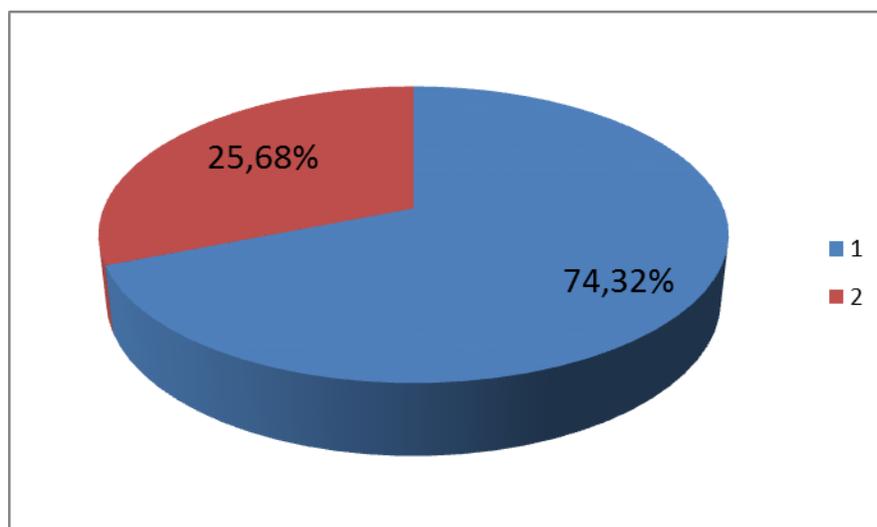


Gráfico No. 7. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

De esta pregunta el resultado fue el siguiente: 57 personas contestaron que si conocen y 165 personas que no, por lo que el sector seleccionado para el diseño del proyecto se considera un lugar turístico novedoso en crecimiento, además al implementar un nuevo establecimiento en la Parroquia de Ambuquí que se encuentra dentro del Valle del Chota se incentiva al turismo tanto para ser visitado como para motivar a los pobladores a enfocar proyectos turísticos.

8.- ¿Conoce usted algún restaurante temático?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	27	12,16
NO	195	87,84
TOTAL	222	100

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

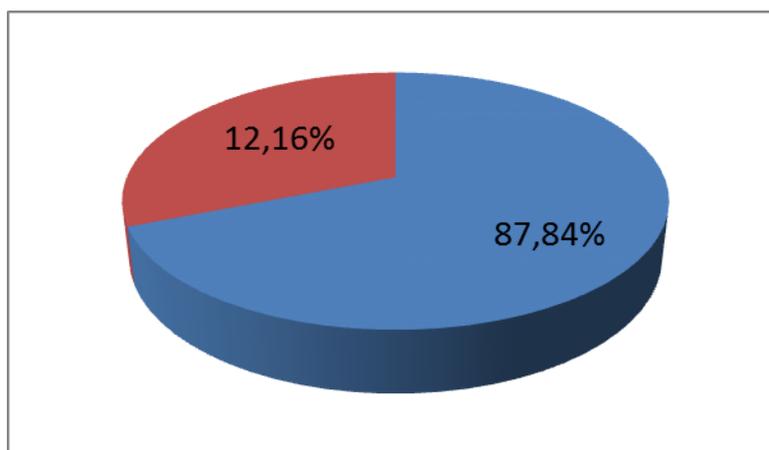


Gráfico No. 8. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

El resultado de esta pregunta fue el siguiente: 27 personas tienen conocimiento sobre que es un restaurante temático, y 195 personas no conocen sobre el tema, por lo cual las encuestas nos indican que el diseño del restaurante temático enfocado a la cultura afroecuatoriana es un establecimiento diferente que tiene la finalidad de atraer personas a conocer un ambiente diverso en el ámbito de alimentos y bebidas y darle un valor agregado enfocado a una cultura ecuatoriana, hace un establecimiento innovador .

9.- ¿Visitaría un restaurante que rescate la cultura ancestral afroecuatoriana del Valle del Chota?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	195	87,84
NO	18	8,11
NO CONSTESTAN	9	4,05
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

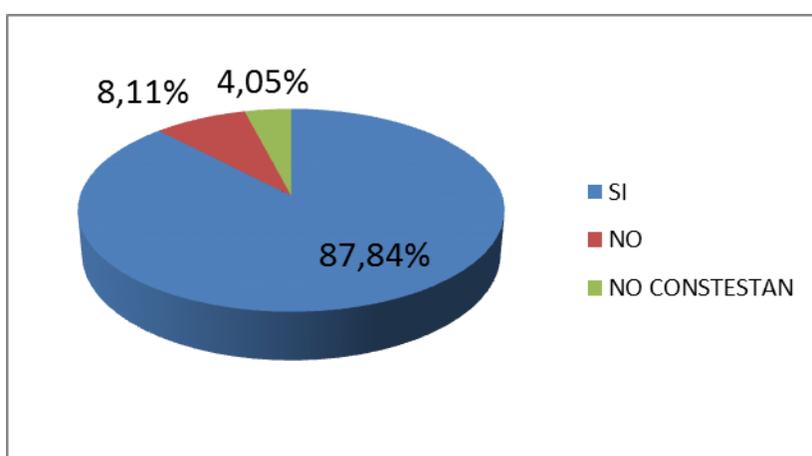


Gráfico No. 9. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

Interpretación.

El resultado de esta pregunta fue el siguiente: 195 personas contestaron que si están de acuerdo, 18 personas que no y 9 personas no contestaron. De esta manera podemos determinar que el enfocar el diseño del proyecto a una cultura escondida dentro de la provincia de Imbabura es atractiva para los turistas que visitan la zona, ya que la cultura afroecuatoriana es llamativa por su raza, costumbres, tradiciones que hacen una idea alternativa dentro del servicio alimenticio.

10.- ¿Por qué regresa usted a un restaurante?

VARIABLE	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
POR LA CALIDAD DE LA COMIDA	42	18,92
POR LA CALIDAD DEL SERVICIO	21	9,46
AMBAS	159	71,62
TOTAL	222	100,00

FUENTE: Turistas concurrentes de la Parroquia de Ambuquí

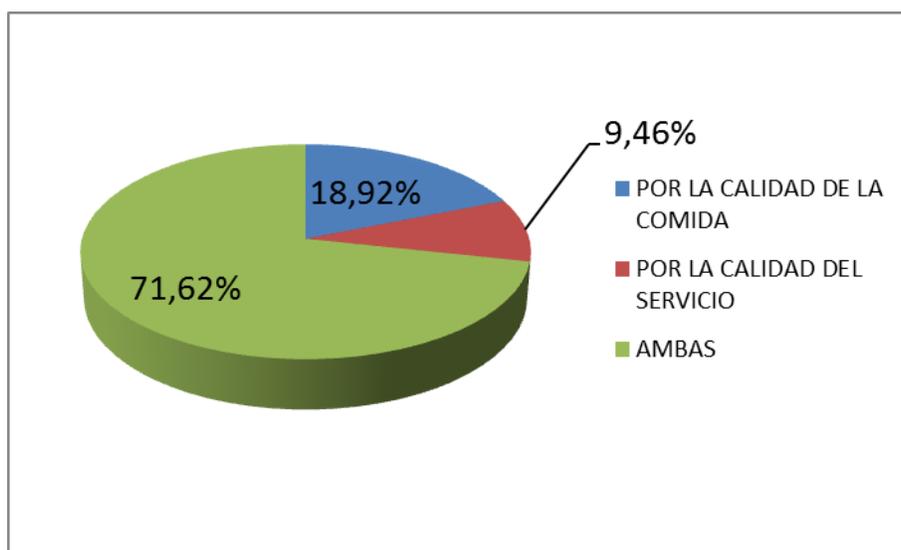


Gráfico No. 10. Encuesta realizada por: Ximena Estrella

De todas las personas que fueron encuestadas 159 contestaron que regresan tanto por la calidad del servicio y la comida, mientras que 42 regresan únicamente por la comida y 21 personas por el servicio. Esto nos hace tener en cuenta que un restaurante debe brindar es calidad y excelencia tanto en la comida que se da y el servicio que se brinda son elementos de una empresa que debe ir juntos para un desarrollo laboral productivo. Elementos que serán implementados en el diseño del restaurante temático.

3.2.4. Discusión de Resultados

Realizado el análisis de las interrogantes expuestas en la encuesta que se hizo a los turistas y pobladores de la Provincia de Imbabura, se pudo constatar el conocimiento sobre la cultura afroecuatoriana que reside en la provincia y se encuentra en el Valle del Chota, los pobladores de Ibarra identificaron a la parroquia por sus productos agrícolas como los ovos, mangos, tomate de árbol y la menor parte hizo su referencia sobre sus pobladores de raza negra.

Los turistas nacionales que visitaban el lugar identificaron a la cultura afroecuatoriana por su actividades deportivas, las cuales han sido representadas por deportistas que han sobresalido a nivel nacional e internacional, de igual manera hacen referencia sobre su cultura : la marimba, aunque es propia de la provincia de Esmeraldas también forma parte de los afroecuatorianos de Valle del Chota, la bomba es música propia de su gente y del sector, lo cual también es popular entre turistas y pobladores.

El tipo de turismo que se realiza en la Provincia de Imbabura está enfocado en el ámbito cultural Indígena situado en Otavalo que es más concurrido por turistas internacionales, los turistas nacionales y pobladores visitan la Parroquia de Ambuquí y lugares aledaños por sus establecimientos de recreación como: Hostería Oasis, Hostería Arcoiris, las cuales cuentan con balnearios que se benefician por su clima cálido similar al de la Región Costa. Además que las personas encuestadas apoyaron el diseño de la propuesta de un restaurante temático en Ambuquí por el

hecho del escaso número de restaurantes en la zona motiva a la implantación de uno y que colabore al entorno diseñando una temática especial de la cultura afroecuatoriana asentada en el Valle del Chota.

3.3. Micro Ambiente

El micro ambiente del diseño del proyecto está enfocado a verificar cada uno de los puntos más importantes que se encarga de desarrollar el buen funcionamiento del proyecto tales como: los proveedores, los clientes y la competencia. Depende del manejo que se dé, de cada uno de ellos para consolidarse como una empresa fructífera que va en crecimiento.

3.3.1. Proveedores.

Toda empresa que está destinada al servicio de alimentos y bebidas enfoca el éxito de su negocio en el tipo de productos que brinda, este se encarga de garantizar la acogida del establecimiento y la participación concurrida de visitantes. Para poder elaborar un plato de calidad, es necesario elaborarlo con los mejores ingredientes, productos frescos con los que se pueda preparar fácilmente además de la mayor asepsia posible.

Existe una variedad de productos de primera necesidad con los que se cuenta en un establecimiento de alimentos y bebidas los cuales deberán ser adquiridos periódicamente por la concurrencia de uso del producto y evitar el no ofertar platos en los que se requiera un producto específico. Por otra parte, también se debe tener

en cuenta que los productos y los proveedores con los que se vaya a trabajar, haya una negociación justa tanto en los pagos como en el costo de cada producto con el objetivo de que el costo del producto sea mayor al presupuestado y los servicios que se brinden no salgan en contra.

También es importante coordinar un horario con los proveedores esperando que sean cumplidos y que no perjudique al momento de elaborar nuestro producto en este caso los platos que se vayan a ofrecer, es decir que tengan fechas determinadas y horas adecuadas a las que se pueda recibir los productos, para que posteriormente del despacho de los mismos los empleados del establecimiento se encarguen de porcionar los alimentos y tener los elementos pre elaborados para la preparación de cualquier plato que requiera el comensal.

Los productos de primera necesidad dentro del restaurante son:

- Papas
- Arroz
- Granos (Frejol, Lenteja, Arveja, Maíz)
- Legumbres (Granos tiernos, habas, vainita)
- Huevos
- Lácteos
- Carnes
- Verduras (col, cebolla, tomate, acelga, zanahoria, lechugas, etc.)

Aparte de estos productos es indispensable contar con productos de limpieza que de igual manera son indispensables dentro de este tipo de establecimientos tales como:

- Jabón lava vajilla
- Jabón de manos
- Toallas de papel para cocina
- Toallas de papel del baño
- Papel higiénico
- Guantes quirúrgicos
- Gel antiséptico
- alcohol
- Cloro
- Detergente
- Desinfectante
- Limpiones
- Lustres de vajilla

Parte de estos productos se toma en consideración que en los alimentos sean productos nacionales para conservar la originalidad del resultado que queremos ofrecer sea netamente ecuatoriano, tomando en cuenta que sean productos de excelente calidad y que garanticen el producto.

- Para los productos cárnicos se considera a Pronaca como proveedor por la frescura y el manejo de los productos cárnicos que ellos manejan dentro de sus estándares, el cual garantiza que lo requerido llegara en óptimas condiciones

Proveedor N° 1	
PRONACA Distribuidos Dismag Pronaim	
Dirección: Bellavista Bajo, entrada al Barrio" Los Soles "	
Teléfono: 062932112	
PRODUCTOS	
Carne de Res	filetes, porciones
Carne de Cerdo	filetes, porciones
Aves	filetes, presas
Huevos	unidades
Conservas	

Cuadro No. 1. Fuente: Ximena Estrella

- Para los productos lácteos se toma en cuenta a la empresa Floralp S.A., esta encargada de brindar, leches, quesos, cremas de leches y de igual manera que el anterior se caracteriza por la entrega de sus productos frescos.

Proveedor N° 2	
FLORALP S.A. Productos Lácteos	
Dirección: Princesa Pacha S - 163	
Teléfono: 062651150	
Página Web: www.floralp-sa.com	
PRODUCTOS	
Leche	entera
Yogurt	natural,
Mantequilla	con sal , sin sal
Queso Fresco	bloque
Queso Mozzarella	bloque
Queso Chédar	lonchas
Queso Parmesano	picado

Cuadro No.2. Fuente: Ximena Estrella

- En el caso de las legumbres y vegetales está a cargo del comerciante de legumbres el Sr. Nelson Padilla que por medio de su negocio de venta de legumbres nos proveerá de lo necesario dos veces por semana dependiendo de la escases del producto en la semana.

Proveedor N° 3	
PROVEEDOR DE FRUTAS LEGUMBRES Y VERDURAS	
Dirección: San Blas	
Teléfono: 0989088178	
PRODUCTOS	
Frutas	Naranjas, Aguacate, Tomate, mango...
Verduras	Lechuga, cebolla, col, cilantro, apio...
Legumbres	Frejol, lenteja, habas, mellocos...

Cuadro No. 3. Fuente: Ximena Estrella

- En el caso de los productos de papel higiénico la empresa Familia Sancela será la encargada de brindar tales productos, aunque no es una empresa nacional, los productos familia son los más idóneos y recomendables para el uso personal.

Proveedor N° 4	
FAMILIA SANCELTA Distribuidor TOTALPRO	
Dirección: La Armenia, Ismael Solís	
Teléfono Pedidos: 0989666000	
PRODUCTOS	
Toallas de cocina	rollos
Toallas de papel de Baño	paquetes
Papel Higiénico	rollos
Gel Antiséptico	frascos

Cuadro No. 4. Fuente: Ximena Estrella

- En cuestión de bebidas los encargados son Coca - Cola Company y Cervecería Nacional, los cuales estarán encargados de proveer aguas, gaseosas y cerveza, elementos indispensables dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas, además teniendo en cuenta que son productos ecuatorianos acogidos por la población.

Proveedor N° 5	
COCA - COLA Agencia Arca Continental Ecuador	
Dirección: Roca Fuerte 13-66 y Av. Teodoro Gómez	
Teléfono: 062641691 / 1800262226	
PRODUCTOS	
Gaseosas	Coca-Cola, fanta, sprite, fioravanti
Aguas	natural, con gas

Cuadro No. 5. Fuente: Ximena Estrella

Proveedor N° 6	
CERVECERIA NACIONAL	
Dirección: Panamericana Norte vía Quito Km 4,5	
Proveedor Sr. José Quinto	
Teléfono: 0989841671 / 0980598888	
PRODUCTO	
Cerveza	Club, Pilsener

Cuadro No.6. Fuente: Ximena Estrella

3.3.2. Clientes.

El cliente es la parte esencial de cualquier empresa que oferte algo, en este caso un restaurante depende de él y es el responsable, para que el negocio se considere rentable para el sector al que se le encamino el proyecto.

Los clientes son los que demandan los productos que se ofrecen por lo cual por medio de las encuestas se identifica el producto más apetecible para el cliente y que pueda ser ofertado en el establecimiento. Por otra parte el tipo de producto que llegue al comensal debe ser excelente, en su presentación, sabor e higiene que es lo que caracteriza un buen servicio de un restaurante, también la variedad de platos que se ofrezcan será un atractivo para los clientes con la finalidad de brindar variedad y buen servicio.

Parte del servicio que se brinde a los clientes está en el personal encargado de ello, por lo cual deberán estar capacitados de la manera más adecuada para que al momento de tener contacto con el cliente sea un momento agradable para los clientes. Se debe contar con capacitación continua sobre calidad de servicio que se brinda al cliente y manipulación de alimentos. Al igual que la comida, el servicio al cliente es un factor importante el cual, un cliente puede decidir si el establecimiento es bueno o malo, el cual ayuda con la publicidad más conocida de boca a boca ya sea está a favor o en contra del mismo. Siempre esperando obtener buenos resultados con el cual se favorezcan los clientes y al establecimiento. Teniendo en cuenta que el brindar un servicio es un trabajo detallista al momento de estar frente al cliente.

El tipo de comida que se provea a los clientes es indispensable dar un plato atractivo y no muy elaborado el cual sea del agrado del comensal, y que el costo del mismo sea módico. Dentro del área en la que se encuentra el restaurante los platos deben estar enfocada su elaboración de acuerdo a los productos que se den en la zona

como los granos, frutas. Se debe elaborar platillos nutritivos que sean del gusto del cliente y conozcan los productos agrícolas que se dan en la zona y que alimentos se pueden preparar.

Al ser un restaurante un establecimiento elemental dentro de actividades turísticas se considera clientes importantes a:

- Turistas nacionales
- Turistas extranjeros
- Viajeros de paso
- Estudiantes universitarios, colegio

3.3.3. Competencia

Revisando los alrededores del espacio que se utiliza para el establecimiento, se considera que el lugar es idóneo para la implementación de un restaurante temático ya que la mayoría de establecimientos son establecimientos de alojamiento y recreación que ofrece a los viajeros visitantes un escaso servicio de alimentos y bebidas en el cual puedan descansar por un momento mientras se alimentan.

Por lo que se ha visto la competencia en la parroquia de Ambuquí es mínima, lo cual hace un establecimiento apropiado y rentable con el tiempo para los turistas que viajan por la carretera Panamericana Norte la cual atraviesa la parroquia de Ambuquí hacia el sur del país. Además, considerando que el diseño del establecimiento sea pionero sobre la implementación de un restaurante temático, en la que se represente la cultura afroecuatoriana residente del Valle del Chota, dando un toque cultural y

atractivo al sector que además de generar más visitantes, motive a los pobladores a establecer más establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas convirtiéndolo en una parada Turística fundamental dentro del Cantón de Ambuquí y la Provincia de Imbabura.

Los competidores principales del establecimiento son los siguientes:

- Oasis: Este establecimiento es de recreación, alojamiento y alimentación, el cual está orientado a recibir clientes en excursiones y su servicio de alimentación es ocupado en su mayoría por las personas hospedadas en la misma.



Imagen No. 1. Hostería – Restaurante Oasis. Fuente. X. Estrella, 2014

- Palmira: Esta se encuentra en el sector La Playa 10 minutos más al norte de la hostería Oasis cuenta con recreación y alojamiento, aunque su servicio más utilizado es el de piscinas por lo cual se convierte en un balneario.
- El Kibutz: este establecimiento solo brinda el servicio de alojamiento por lo cual es un establecimiento de descanso únicamente y no está considerado como competencia directa del restaurante que se va implementar.



Imagen No. 2. Hostería El Kibutz. Fuente. X. Estrella, 2014.

- Restaurante El Fogón: Este es el único establecimiento que es considerado como competencia directa del nuestro, brinda todo tipo de comida criolla ecuatoriana aunque los propietarios son de nacionalidad colombiana.



Imagen No. 3. Restaurante El Fogón. Fuente. X. Estrella, 2014.

3.4. Matriz Estratégico FODA.

<p>F</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es el único restaurante temático en Ambuquí • Demuestra la cultura afroecuatoriana que reside en el Valle del Chota • Ofrecer platos típicos y tradicionales que sean del agrado de los comensales en servicio, costo y calidad del producto. • Los precios de cada plato sean accesibles y representen una buena rentabilidad para el negocio. • Apoyo de la población afroecuatoriana para la implementación del restaurante temático enfocado a su cultura. 	<p>O</p> <ul style="list-style-type: none"> • La consideración del turismo en el sector básico por el apoyo del gobierno y se vaya posicionando dentro del PIB. • La participación del Ecuador como “Potencia Turística” promovida por el Ministerio de Turismo. • Apoyo del Municipio y MINTUR de Ibarra para la implementación de un establecimiento turístico. • Respaldo y promoción turística a nivel internacional que invierte el gobierno cada año. • La mega diversidad cultural, natural e histórica que favorece al país dando amplio campo turístico que explotar.
<p>D</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limitado conocimiento de la cultura afroecuatoriana residente en el Valle del Chota. • Reducida variedad de productos agrícolas limite a ofertar diversidad de platos en el establecimiento. • El interés turístico sobresalga en la Cultura Otavaleña dentro de la provincia. • Escaso conocimiento de servicio por parte de los empleados encargados del mismo. • Turistas más interesados en los establecimientos de recreación que los restaurantes. 	<p>A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disminución del índice turístico en el año a causa de limitada información turística • Mediana circulación de turistas por el sector a causa de limitada variedad de atractivos en la zona. • Perdida de interés en los establecimientos turísticos de la parroquia de Ambuquí. • Que se pierda el enfoque de la temática de la cultura por dedicar el enfoque al servicio gastronómico. • La sociedad ecuatoriana enfoque el turismo en la parte natural y decaiga el interés cultural de su gente.

CAPITULO IV DISEÑO DE LA PROPUESTA

4.1. Estructura Organizacional

4.1.1. La Empresa

El restaurante temático que se está diseñando tiene el enfoque de un ²restorruta de especialidades con el propósito de dar a conocer un poco más sobre la cultura afroecuatoriana en la que se muestre su etnia, cultura, costumbres y tradiciones , al ser una población de raza negra en una región interandina donde las etnias se dividen en indígena y mestiza, es atractiva en el entorno turístico cultural, la cual incentiva a presentarse por medio de su comida y su música, además de brindar a los comensales un ámbito diferente en el servicio de alimentos con personas responsables y comprometidas en el trabajo residentes de la zona para dar mayor credibilidad al establecimiento.

4.1.2. Ubicación

La ubicación del restaurante se encuentra en la Parroquia de Ambuquí, parroquia rural del Cantón Ibarra en la Provincia de Imbabura que limita al norte con las Provincias Carchi y Esmeraldas, al sur con la Provincia de Pichincha, este Provincia de Sucumbíos y oeste con la Provincia de Esmeraldas.

² **Restorruta:** Establecimiento de alimentos y bebidas que se encuentra en la carretera, puede estar junto a una gasolinera, tienda de artesanías, centro de información turística.



Imagen No. 4. Mapa Político de Imbabura. Fuente. X. Estrella, 2014

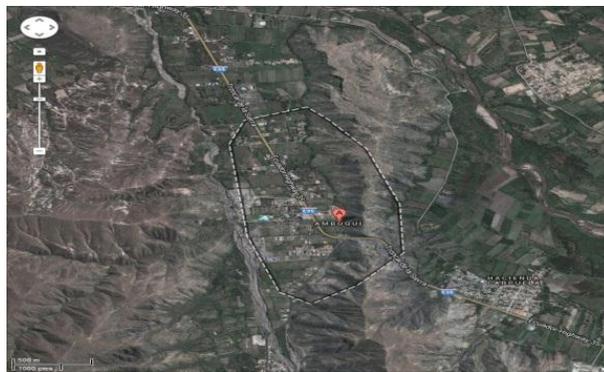


Imagen No. 5. Valle del Chota. Fuente. Google Earth, 2014.

4.2. Filosofía de la Empresa

Como empresa está enfocada a promover la cultura afroecuatoriana conjuntamente de comida típica nutritiva, en la cual se acompaña de música y tradiciones de la cultura.

4.2.1. Misión.

Somos un restaurante temático a la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota ambientado a su entorno, dando un servicio de calidad y excelencia en un espacio acogedor para todos.

4.2.2. Visión.

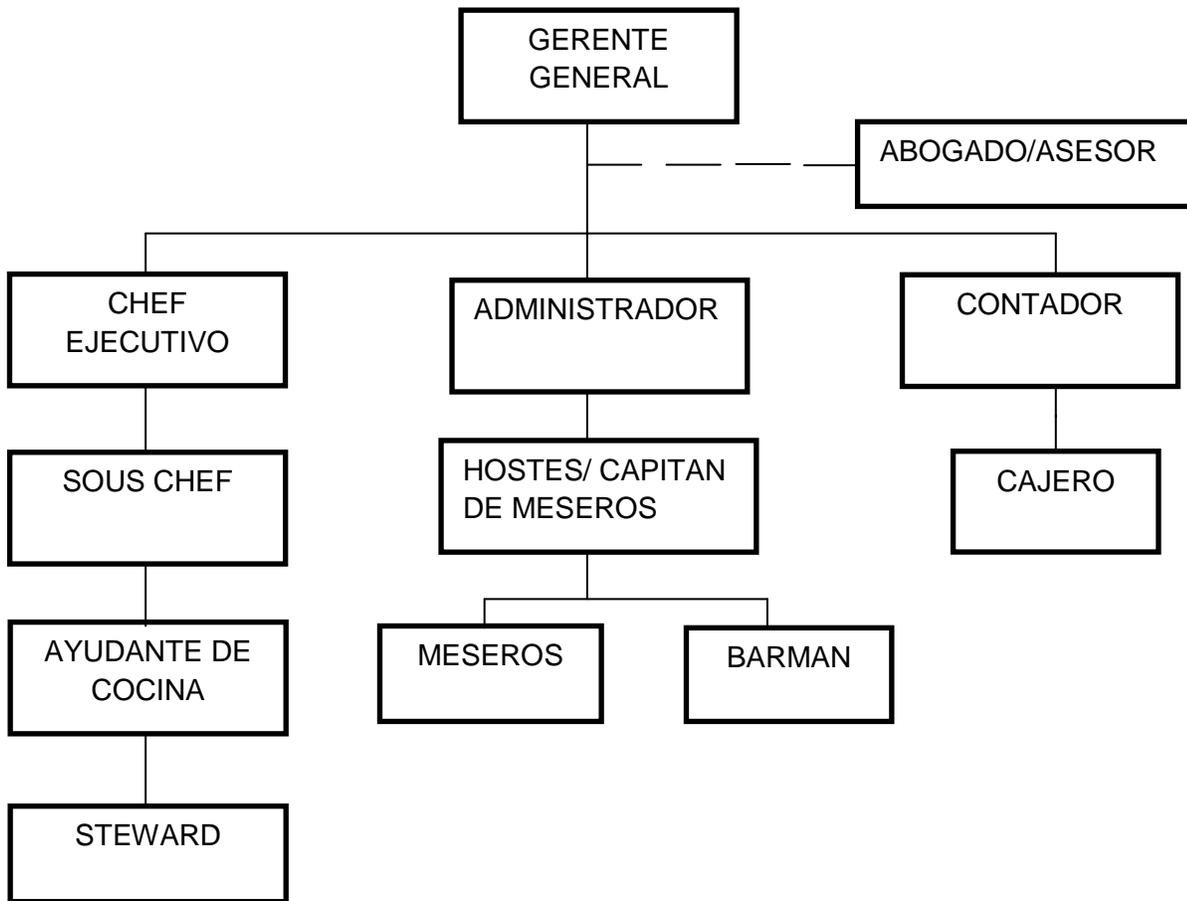
Ser el restaurante temático reconocido por su enfoque cultural y gastronómico inspirado en la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota.

4.2.3. Políticas de la Empresa.

- Fomentar la cultura afroecuatoriana a los clientes
- Brindar la mejor calidad en los productos que se ofertan
- Dar un servicio de primera a los clientes
- Participar íntegramente en el lugar de trabajo
- Valorar el trabajo en equipo con respeto a cada uno de los participantes

4.3. Organigrama Estructural

Por medio de este organigrama podemos identificar al profesional indicado para desempeñar el trabajo y su relación con sus compañeros de otras áreas para el funcionamiento y trabajo armónico incentivando el trabajo en equipo.



Para los diferentes puestos a desempeñar en las áreas operativas se toma en cuenta, cocina con: Chef ejecutivo, el sous chef, dos ayudantes de cocina y un steward. El restaurante está conformado por: El capitán de meseros, el cajero, un barman y 5 meseros. Para administración y contabilidad se considera a una persona para cada cargo. El servicio que brinda el restaurante es el de dos comidas, horario de almuerzo y cenas por lo que el horario de atención del establecimiento es de 10 am a 8 pm, el cual se toma en cuenta 9 horas de trabajo, 30 minutos almuerzo, 30 minutos cena, total 10 horas.

4.4. Organigrama Funcional

Este organigrama detalla las funciones asignadas del área a desempeñar y como está distribuida la empresa.

4.4.1. Área Administrativa

Función del Administrador

- Conocer el perfil de cada uno de sus empleados
- Conocer de los ingresos y egresos semanales y mensuales del establecimiento
- Realizar horarios de los empleados del establecimiento
- Mantener contacto y buena relación con las empresas que proveen de los productos al establecimiento
- Tener conocimiento del menú del establecimiento y que contiene cada uno de los mismos
- Tener conocimiento del sistema de cobro del establecimiento encargado de la persona de caja
- En casos necesarios ayudar en el servicio y atención al cliente
- Realizar las cuentas mensualmente y encargarse del pago de los demás empleados

Función del Contador

- Tratar costos de productos y formas de pago con proveedores
- Verificar: datos, fechas de facturas emitidas por proveedores
- Revisar caja chica conjuntamente con el cajero una vez por semana
- Realizar un balance general de ingreso y salida de dinero una vez al mes
- Estar pendiente de utensilios, muebles y objetos dados de baja para reposición
- Elaborar roles de pagos y pago de sueldo de los empleados
- Estar pendiente de impuestos, intereses que correspondan al restaurante

Función del Cajero

- Revisar el fondo de caja diariamente tanto al empezar como al terminar la jornada de trabajo
- Manejar adecuadamente POS (máquina de tarjeta de crédito) al momento del cobro
- Realizar cierres de caja y Boucher de POS
- Ayudar a revisar las reservaciones en caso de que el hostes no pueda

4.4.2. Área de Cocina

Función del Chef Ejecutivo

- Elaborar costos de platos y recetas estándar del restaurante

- Delegar diferentes funciones a los sous chef y ayudantes de cocina según él crea conveniente
- Realizar menús o variantes de la carta en caso de necesario
- Verificar los productos pre elaborados en las porciones correctas que deberán estar en bodega
- Verificar el tiempo de caducidad de los productos e informar al administrador
- Verificar el producto que se despache el día de entrega
- Organizar a sus empleados de la manera más adecuada en horas pico de trabajo

Función del Sous Chef

- Estar pendiente de los requerimientos del chef ejecutivo
- Mantener su área limpia de trabajo ya sea cocina caliente o fría
- Manejar una coordinación laboral con los meseros del establecimiento
- Verificar fechas de caducidad de los productos y avisar al chef ejecutivo
- Estar pendiente del stock de cada producto e informar al chef ejecutivo

Obligaciones del Ayudante de Cocina

- Dividir los productos en porciones entregados por los proveedores y guardar en bodega
- Realizar el ³“*mise en place*” de los productos a utilizar cada día
- Ayudar al sous chef a montar los platos con los diferentes géneros cocidos

³ Mise en Place: Término francés empleado en gastronomía para determinar el conjunto de actividades realizadas, generalmente con alimentos (es.wikipedia.org/).

- Ayudar a Stewart con la limpieza del área

Función del Stewart

- Lavar y pulir la vajilla, cristalería, cubertería del establecimiento después de ser usado
- Limpiar el área de cocina después de la jornada de trabajo
- Ayudar a montar platos en caso de ser necesario
- Ayudar a organizar la bodega de productos a los ayudantes de cocina

4.4.3. Área de Servicio

Función del Hostes / Capitán de Meseros

- Revisar si se realizó alguna reserva previa cada día
- Recibir a los comensales en la puerta y dirigirlos a una mesa
- Entregarles la carta dependiendo de cuantas personas vengan
- Coordinar con los meseros los rangos que dispondrán cada día de trabajo
- Dirigir a los meseros al momento de servir los platos cuando sea necesario
- Interactuar con el comensal y preguntarle “como esta todo” (servicio, comida)
- Ayudar al comensal al momento de cancelar la cuenta
- Abrir la puerta al momento de salir del comensal y despedirlo de la manera más cordial

Función del Mesero

- Realizar el montaje de las mesas antes de su jornada de trabajo
- Cambiar la mantelería del restaurante cuando sea necesario
- Limpiar el área pública del establecimiento (pisos, mesas)
- Presentarse diciendo su nombre al momento de entregar el menú a los comensales
- Estar pendiente de las mesas que tiene a su cargo cuando el comensal lo requiera
- Conocer el contenido del menú del restaurante
- Mantener impecable su uniforme durante toda la jornada del trabajo
- Tener completo sus herramientas de trabajo (esfero, fosforera, destapador, saca corchos).

Función del Barman

- Mantener limpia y desinfectada el área del bar
- Realizar el "*mise en place*" para la decoración de los cocteles
- Manejar un control del stock de los licores
- Mantener pulida la cristalería
- Conocer de memoria los diferentes ingredientes y elaboración de cada coctel
- Tener conocimiento de la carta del restaurante
- Ayudar en el servicio en caso de que así lo requiera

4.5. Estructura de Marketing

Por medio de la publicidad que se dé a la empresa podremos favorecer al crecimiento de la misma, y de la acogida y concurrencia de visitantes que tenga en el año.

4.5.1. Marca

La marca del establecimiento es una de las partes claves de una empresa, la marca debe ser llamativa, fácil de reconocer, de pronunciar que sea del agrado del público, además que al ser un restaurante temático queremos que esté enfocado netamente a la cultura afroecuatoriana, y como estará ubicado en la Parroquia de Ambuquí en el Valle del Chota debe ser del agrado de los pobladores tanto de los que trabajan con nosotros y de los que residen en la zona (Zamorano, 2012).

Con la finalidad de enfocar el restaurante a la cultura de la zona el nombre que se decide posicionarlo como marca es: “**SABOR Y CULTURA AFRO**”, el cual cuenta con todo lo necesario para complementar tanto al restaurante y la cultura que se enfoca

4.5.2. Logo

Para el logo se presenta un diseño sobrio, en el que se pueda apreciar el nombre sin opacar con un gráfico exagerado y viceversa.

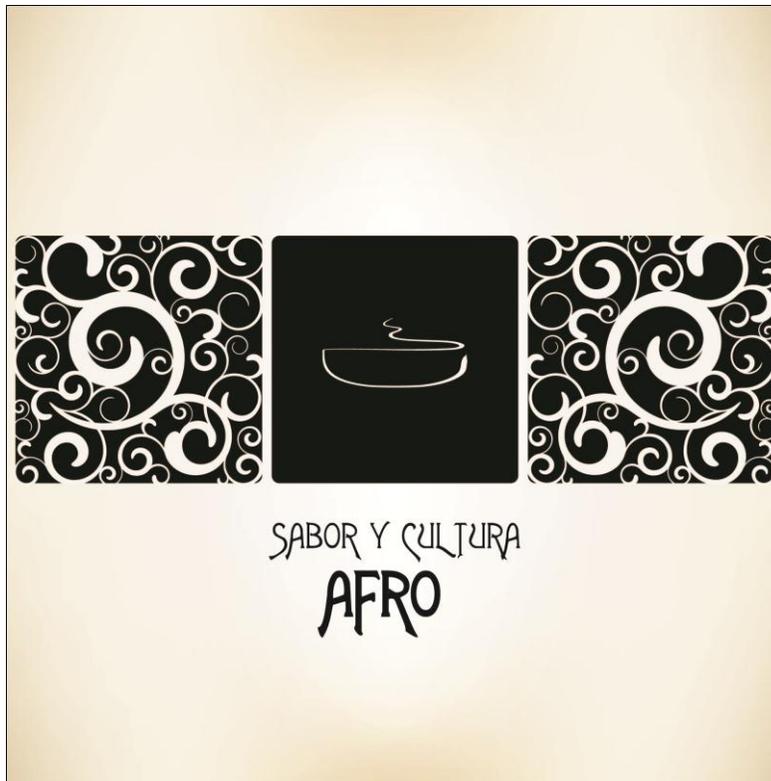


Imagen No. 6. Logo de la Empresa. Fuente. William Estrella, 2014.

4.5.3. Slogan

Para el eslogan tomamos en cuenta varias cosas:

- Llamativo
- Divertido
- Que represente la cultura Afroecuatoriana
- Único (Zamorano, 2012).

Por tales razones consideramos una rima ya que estas son populares en sus canciones como la bomba, el arrullo por lo cual consideramos como slogan:

“Donde la Cultura y el Sabor se muestran por su color”

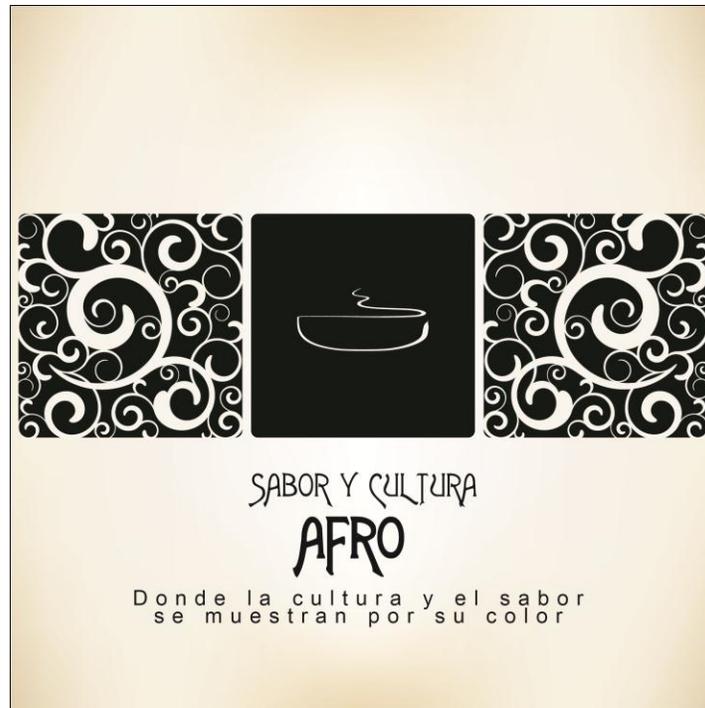


Imagen No. 7. Logo y Slogan de la Empresa. Fuente. William Estrella, 2014.

4.5.4. Menú de Restaurante

Para el Menú se consideró varios platos en función de las preferencias de los clientes evidenciados en la encuesta realizada de los ítems expuestos en la encuesta, se incluyó platos de la región sierra y costa tomando en consideración el tipo de comida que consumen los afroecuatorianos del Valle del Chota.

Portada y Contra portada del Menú.

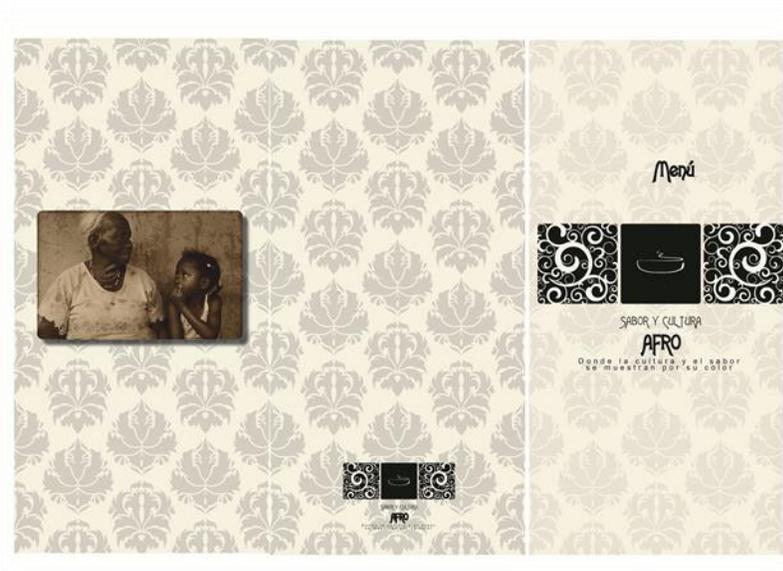


Imagen No. 8. Portada del Menú. Fuente. William Estrella, 2014

Contenido e Interior del Menú



Imagen No. 9. Contenido del Menú. Fuente. William Estrella, 2014

4.6. Presentación del Producto

El establecimiento que se diseña enfocado a la cultura afroecuatoriana presenta sus diferentes áreas amplias y cómodas tanto para los empleados, como para los comensales. La finalidad de la temática enfocada a la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota es exponer un entorno cultural en un establecimiento de alimentos y bebidas, que las personas puedan experimentar la manera de vivir de su gente. En el cual la ambientación cuenta con características físicas de una vivienda étnica del sector, con cerámica tipo arenosa dando un aspecto de paredes de barro, y ciertas áreas cubiertas con caña de azúcar. Los muebles de madera en un entorno de colores café rojizo dando un aspecto rustico.

Parte de la decoración cuenta con instrumentos musicales que caracteriza a la población afroecuatoriana de la sierra, como: bombo, bongoes, quena, marimba, y más instrumentos de percusión que utilizan para animar sus fiestas. Parte de esto ilustramos con fotografías en tono sepia del diario vivir de su gente, en la cual se aprecia varias de sus actividades como: fiestas, reuniones musicales, personas lavando en el río, niños jugando fútbol, paisajes de la zona de plantaciones de caña de azúcar, mango y ovo.

Para el personal también se considera a personas de raza negra propias del sector para trabajar en el establecimiento dándole más credibilidad al restaurante temático, la uniforme cuenta con un diseño exclusivo con finos detalles de su

vestimenta y costumbres típicas combinado con prendas adecuadas tanto para el servicio como para cocina.

El Restaurante “Sabor y Cultura Afro” ofrece su línea gastronómica enfocada a los productos agrícolas que se dan en la región sierra y se consume en la zona con la finalidad de mantener la línea culinaria de los pobladores del Valle del Chota manteniendo un estándar de calidad para ofrecer un producto de primera a los clientes.

La Administración debe contar con una oficina, en la cual haya un computador donde se pueda verificar las reservas que se han hecho por medio de las páginas en las redes sociales, un teléfono para la recepción de reservas, contacto a proveedores y dueños del establecimiento.

La Recepción se encuentra junto a la Caja del establecimiento la cual cuenta con la carta que será entregada al cliente al momento de su llegada, con una bitácora en la que se tenga en cuenta las reservaciones hechas anteriormente, actividades y asuntos pendientes del restaurante que deben tener conocimiento los empleados, un teléfono por el cual se harán las reservas.

La Caja cuenta con un computador que tenga un sistema operativo para el manejo de las comandas dentro del restaurante, POS máquina de cobro de tarjetas de crédito, caja registradora para el cobro en efectivo, y suministros de oficina necesarios para el uso diario.

El comedor cuenta con la distribución de mesas cuadradas para comodidad de los clientes y de los meseros, con un espacio promedio entre mesas de 81cm para comodidad al momento de servir.

El área del Bar se dedicará al servicio de bebidas alcohólicas y no alcohólicas del establecimiento, la cual debe estar equipado con un lavabo, licuadora, extractor de jugo, nevera, estantería en la que se exhibirán licores, estantería para la cristalería, y productos tanto para la preparación de bebidas como para la decoración (sal, azúcar, aceitunas, cerezas, entre otros), que se encuentra en el restaurante cerca de los clientes para un fácil servicio, también contará con bancos fuera la barra para los clientes que deseen pertenecer en ella.

La cocina cuenta con espacio amplio y tres accesos: 1 área de personal, 2 recepciones de productos y 3 área de las mesas. Además está organizada en cocina caliente, cocina fría, plancha, y área de limpieza las cuales están a cargo del steward, y el mesón para el montaje de platos, bodega para guardar los productos pre elaborados y divididos en porciones para facilitar la elaboración de cada plato, estarán a cargo del sous chef y ayudante de cocina.

El área de empleados contará con dos mesas de 5 sillas cada una las cuales serán utilizadas por los empleados en horas de descanso, también cuenta con lockers para que puedan dejar sus pertenencias, y baños exclusivos para el personal.

Los baños estarán divididos para hombres y mujeres, cada uno contará con 5 unidades de baterías sanitarias y 5 lavabos en cada área para un cómodo uso de

los clientes equipado con espuma para manos, gel antiséptico toallas de papel para las manos, papel higiénico con cada batería sanitaria.

4.6.1. Distribución

Mediante el plano diseñado se puede apreciar desde una vista superior la distribución de las diferentes áreas del establecimiento tanto las públicas como las de empleados.

En un terreno de 1494 m² del cual se considera 747,25 m² para la construcción del restaurante. ⁴El costo del terreno es de \$30 el m², y \$100 el m lineal, lo que nos da un valor de \$55.125. ⁵ Para la construcción del restaurante el costo es de \$400 m² lo que nos da un total de \$405.825.

Se distribuye al establecimiento de la manera más proporcionada dando espacio suficiente para fácil movilidad al momento del servicio de los empleados y que haya comodidad entre mesas para los clientes. Se toma en consideración el acceso de los clientes, que el parqueadero sea amplio y se encuentre cerca al establecimiento, el ingreso de los empleados que sea accesible y cómodo , además debe encontrarse cerca del área de cocina donde se inicia el servicio.

La cocina también cuenta con un ingreso exclusivo de materia prima a la cual tendrán acceso los proveedores para dejar sus productos y sea más fácil para los cocineros la pre elaboración y elaboración de los diferentes platos.

⁴ Información proporcionada por el Ing. Civil Efraín Fierro.

⁵ Información proporcionada por Arq. Jacinto Bedoya

Se considera una pequeña oficina para el administrador que tiene un contacto directo con la caja y recepción del restaurante para mantener al día las cuentas y analizar el servicio y movimiento de clientes que se ha tenido en el transcurso de las semanas.

Para el restaurante se cuenta con la capacidad máxima de 100 personas las cuales cuentan con un índice de rotación de 0,81% margen de rotación realizado en la siguiente formula.

Índice de Rotación: # de clientes atendidos/ capacidad máxima

Índice de Rotación: 80/100

Índice de Rotación: 0,80

VISTA SUPERIOR. PLANO DEL RESTAURANTE “SABOR Y CULTURA AFRO.”

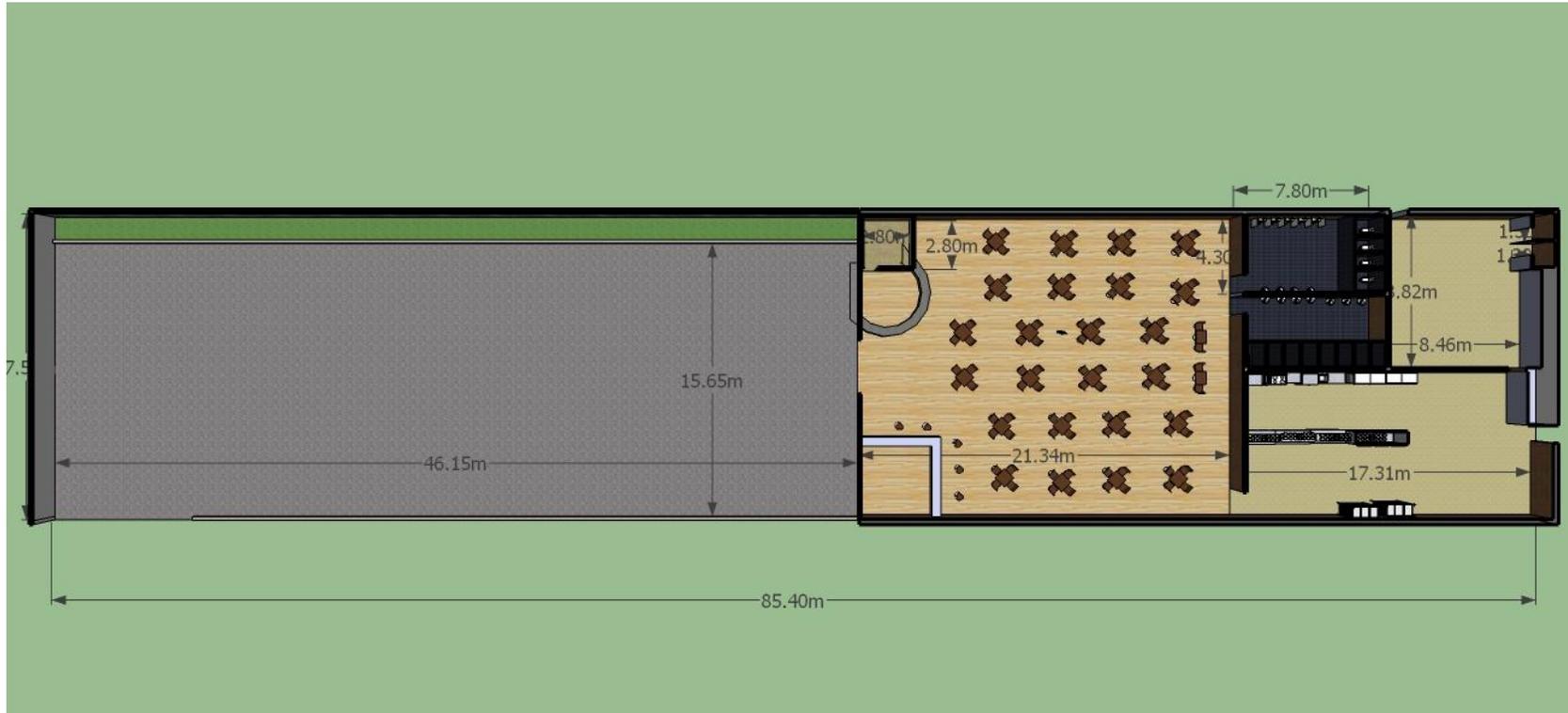


Imagen No. 10. Plano del Restaurante “Sabor y Cultura Afro”. Fuente: E. Richard Estrella, 2014

COMEDOR

El comedor cuenta con un área de 405,81 m² que representa el 60% del área de construcción, 21,34 metros de largo y 15,65 metros de ancho en el que esta distribuido las mesas para 4 y 6 personas, dicha área está ambientada con colores opacos en gama de rojos y café, las mesas son de madera y la cerámica que se utilice tiene estilo arenoso, dando la impresión de que la construcción es de barro.

La pared del baño y la que encuentra junto a la recepción dispone detalles en caña de azúcar también dando la idea de cómo era la vivienda de los afroecuatorianos antiguamente, en las paredes junto al bar y la que divide la cocina se colocarán los instrumentos musicales de percusión como parte de la decoración, y las fotografías se combinan dentro de la decoración enfocada al entorno musical y los tapices de caña de azúcar.



Imagen No. 11. Vista superior del comedor. Fuente: E. Richard Estrella, 2014

COCINA

La cocina cuenta con un espacio de 202,91 m² 17,31 metros de largo por 8,22 de ancho, el cual dispone de tres accesos, ingreso de empleados, ingreso al restaurante, ingreso de producto, cuenta con una cocina industrial de 8 quemadores, plancha, freidora, parrilla, área de lavado de productos, vajilla, área de montaje de platos que forma un pasillo en el cual los meseros podrán recibir los platos ya elaborados por el chef y sus ayudantes. El área de limpieza cuenta con dos lavabos grandes los cuales tienen dos tomas de agua fría y caliente cada uno con la finalidad de agilizar el trabajo al momento de pre elaborar y elaboran los platos.

Cuenta también con una bodega que se divide en alimentos secos (huevos, harina, aceite, condimentos), fríos (frutas, legumbres, lácteos) y un congelador (carnes rojas, blancas) en el cual se distribuye los diferentes géneros alimenticios para que su permanecía sea fresca. También una estantería para colocar la vajilla limpia, charoles entre otros.

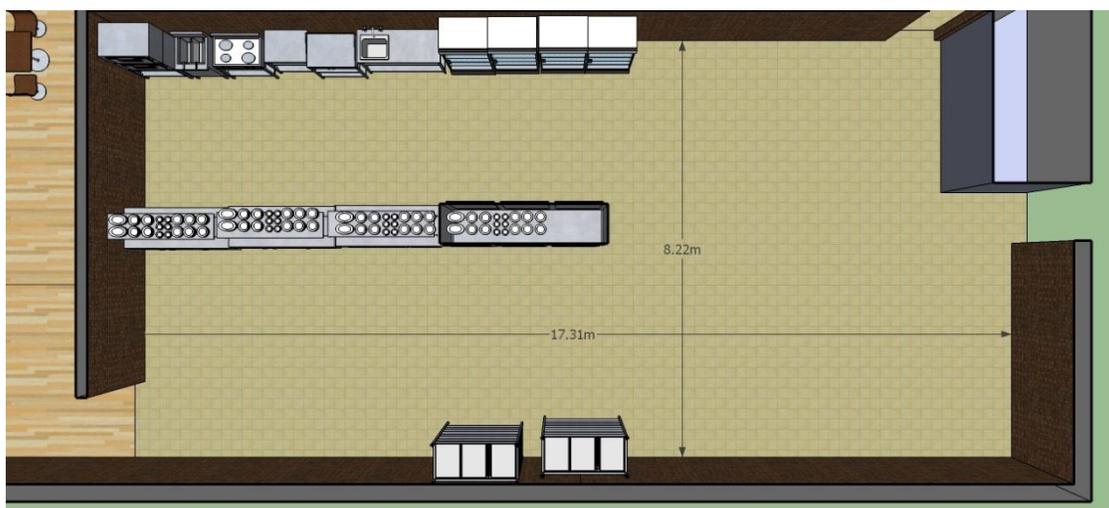


Imagen No. 12. Vista superior de la Cocina. Fuente: E. Richard Estrella, 2014.

BAÑOS

El área de las baterías sanitarias está dividido en sección damas y caballeros los cuales cuenta de un espacio de 33,82 m², 7,80 de largo por 4,30 metros de ancho, los cuales cuenta con 5 baterías sanitarias y 5 lavabos en el baño de damas, y 5 urinarios, 4 baterías sanitarias, y 5 lavabos.

Se considera esta cantidad con el objetivo de que los clientes cuenten con un cómodo y completo servicio sanitario el cual pueda estar disponible para cuando requiera usarlo.



Imagen No. 13. Vista superior de los Baños. Fuente: E. Richard Estrella, 2014.

AREA DE EMPLEADOS

El área de empleados está distribuida en un espacio de 33,82 m² 8,82 metros de ancho por 8,46 metros de largo los cuales cuentan con casilleros para que los empleados puedan encargar sus pertenencias, un mesa comedor para su hora de comida, baños exclusivos del personal.

Se crea esta área con la finalidad de brindar un espacio de descanso a los empleados, tanto a la llegada del trabajo, almuerzo y salida de su horario.

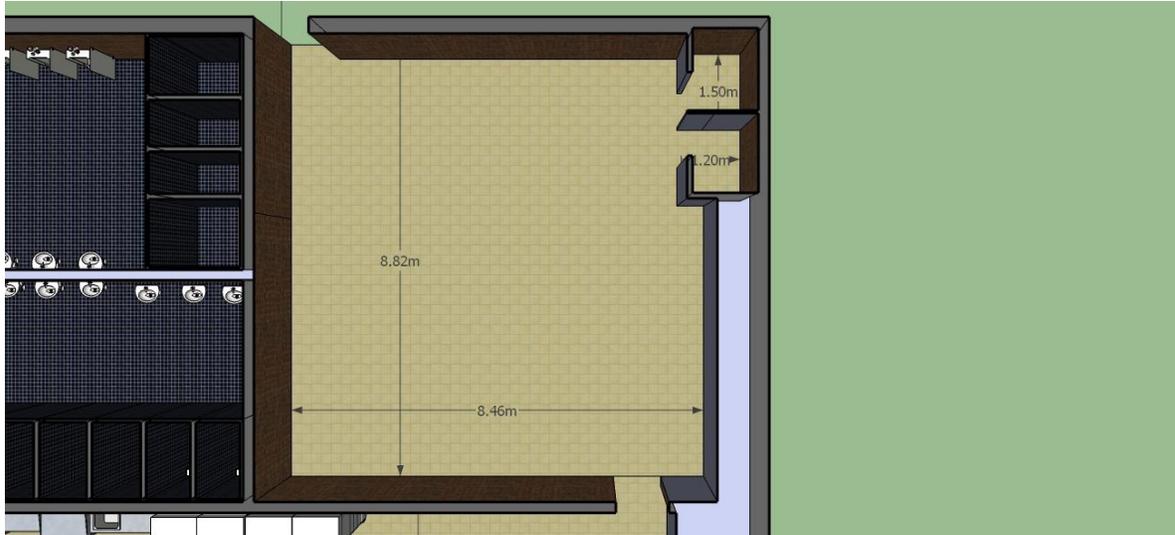


Imagen No. 14. Vista superior Área de Empleados. Fuente: E. Richard Estrella, 2014

PARQUEADERO

El parqueadero cuenta con 46,15 metros de largo y 15 metros de ancho, este espacio es creado con el objetivo de brindar la capacidad suficiente de vehículos, tomando en cuenta que el restaurante está ubicado en una carretera de gran afluencia vehicular, por lo que su capacidad aproximada de 35 vehículos. También cuenta con un área verde que favorezca al entorno que rodea al restaurante.

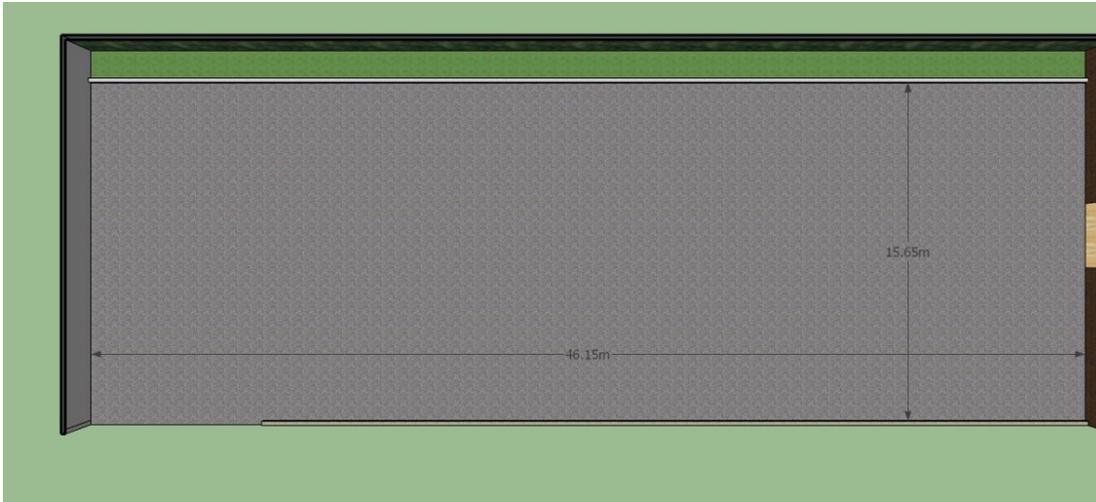


Imagen No. 15. Vista superior del Parqueadero. Fuente: E. Richard Estrella, 2014.

4.6.2. Requisitos Indispensables para trabajar en el Restaurante “Sabor y Cultura Afro”

Área Administrativa

- El administrador debe presentar su título académico relacionado con el negocio
- Comprobar su conocimiento en el área en la que va trabajar
- Tener conocimientos turísticos sobre todo acerca de la cultura Afroecuatoriana de la Parroquia de Ambuquí
- Manejar un segundo idioma

Área de Servicio

- Tener actualizado el carné de salud del Ministerio de Salud Pública
- Record Policial

- Tener su documentación al día (cedula de identidad, papeleta de votación actualizada)
- Tener conocimientos básicos de turismo, sobre todo conocer de la cultura afroecuatoriana de la Parroquia de Ambuquí

Otros Requerimientos

- Mantener una apariencia física impecable, cabello corto (hombres), cabello recogido (mujeres), manos limpias.
- Mantener un estado físico saludable

4.6.3. Precio

El precio de los productos que se presentan en el menú del establecimiento se han establecido considerando los costos de producción, utilidad esperada para el restaurante, y que los precios sean asequible tanto para turistas nacionales como extranjeros. Se considera también los productos que se dan en la zona para elaborar el menú y no alterar el entorno al que se enfocó la temática, se incluyeron varios productos de la región costa considerando que la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota consume en su menú habitual.



Imagen No. 16. Carta o Menú del restaurante “Sabor y Cultura Afro”. Fuente. W. Estrella, 2014.

Para poder determinar el precio de los platos se elabora la receta estándar de cada uno de los platos que se incluye en el Menú que se presenta en el proyecto, el cual se distribuye desde los ingredientes, la cantidad a usar, el costo por porción de cada producto, dichos valores será sumados, se calcula el 33% de utilidad, valor universal dentro de la gastronomía, la producción que es el mismo valor de la utilidad. Del total del costo por porción más la utilidad y la producción se calcula el 22% (10% de servicio y 12% IVA) se obtiene el precio venta al público.

Para una mejor explicación adjuntamos un ejemplo de receta estándar del plato principal del establecimiento y puedan observar cómo se calcula el costo del plato presentado en el Menú

Receta estándar de Cerdo en Salsa de Ovo

Cerdo en Salsa de Ovo			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Chuleta de cerdo	310	gr	\$ 1,25
Papas	230	gr	\$ 0,35
Cebolla perla	60	gr	\$ 0,10
Mantequilla	125	gr	\$ 0,35
Queso mozzarella	80	gr	\$ 0,51
Condimentos	15	gr	\$ 0,06
Crema de Leche	40	gr	\$ 0,12
Ovos	90	gr	\$ 0,10
azúcar	100	gr	\$ 0,18
vino de blanco	4	onz	\$ 0,09
Subtotal 1			\$ 3,11
C. Direc.Prod.			\$ 2,33
C. Indirec. Prod.			\$ 0,21
Merma / Impre.			\$ 0,11
Subtotal 2			\$ 5,76
utilidad 33%			\$ 1,90
Total			\$ 7,66
servicio 10%			\$ 0,77
IVA 12%			\$ 0,92
TOTAL			\$ 9,35
Precio por Plato			\$ 4,68

Cuadro No. 7. Receta Estándar. Fuente: Ximena Estrella.

4.6.4. Plaza

El restaurante “Sabor y Cultura Afro” se encuentra a 35 Km de Ibarra en la Panamericana Norte Km 27, cuenta con un clima cálido- seco a 24° grados centígrados, el ambiente en el que se desarrollara el primer restaurante temático inspirado en la comunidad afroecuatoriana residente del Valle del Chota siendo un establecimiento de alimentos y bebidas; creativo frente a la competencia tanto en la Parroquia de Ambuquí como en la provincia de Imbabura.

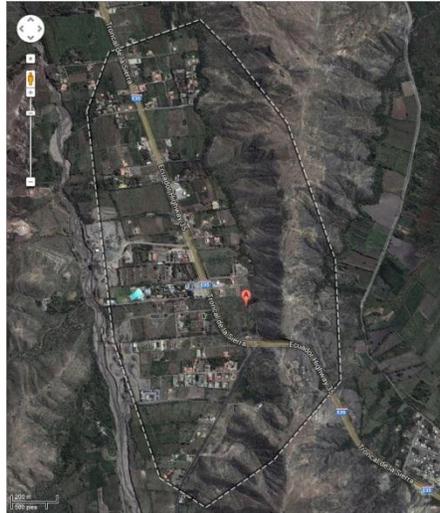


Imagen No. 17. Parroquia de Ambuquí. Fuente: Google Earth, 2014.

4.6.5. Promoción

La promoción que se va utilizar para la comercialización del establecimiento va a ser a través de medios que son utilizados por los turistas, viajeros visitantes. Para esto se considera las redes sociales siendo Facebook la fuente principal para que sea apreciada por turistas nacionales. Y cualquier tipo de cliente, las vallas publicitarias también ayuda a promocionar dentro la provincia y carreteras para incentivar al cliente a visitar el establecimiento en la provincia, parroquia, sector, por último, revistas de turismo las cuales son apreciadas por turistas extranjeros ya que este tipo de revistas son distribuidas en centros turísticos, hoteles y hosterías.

PROMOCION DEL RESTAURANTE				
SABOR Y CULTURA AFRO				
MEDIO	OBJETIVO	TIEMPO	COSTO	CLIENTE
Redes Sociales (Facebook: fan page, icono público)	Dar a conocer el establecimiento a todos los que conocen el medio	Todo el año	fan page sin costo; publicidad pagada \$350 por 1000 visitas	Turistas Nacionales
Valla Publicitaria	Presentar al establecimiento en la Provincia	meses: febrero, julio, agosto, noviembre, diciembre	lona \$ 90 8 X 4m , valla \$500 mensual	Pobladores de la Provincia
Volantes	Llegar de una manera más directa a turistas y ciudadanos de la provincia	Todo el año	20,000 volantes: \$300	Turistas Nacionales, internacionales, pobladores
Guía Turística	Mostrar el restaurante en hoteles, hosterías, centros turísticos	Todo el año	\$588 anual	Turistas internacionales

Cuadro No. 8. Promoción del Restaurante. Fuente: Ximena Estrella.

4.7. Estructura Financiera

Mediante el análisis financiero del proyecto se puede apreciar la rentabilidad del trabajo, ya sea un beneficio o lo contrario.

4.7.1. Cotizaciones

Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Barra del Bar	1	\$ 330,00	\$ 330,00
Mesas y sillas (4 pax)	22	\$ 78,00	\$ 1.716,00
Mesas y Sillas (2 pax)	6	\$ 45,00	\$ 270,00
Taburetes para Barra	6	\$ 12,00	\$ 72,00
Escritorio	1	\$ 210,00	\$ 210,00
Silla para oficina	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Counter Recepción	1	\$ 285,00	\$ 285,00
Lockers	12	\$ 40,00	\$ 480,00
Instrumentos Musicales	8	\$ 160,00	\$ 160,00
Fotografías (gigantografía)	8	\$ 80,00	\$ 640,00
TOTAL			\$ 4.303,00

Cuadro No. 9. Muebles y Enseres. Fuente: Ximena Estrella.

Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipo			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cocina 6 quemadores	1	\$ 1.217,00	\$ 1.217,00
Freidora	1	\$ 239,00	\$ 239,00
Mesón (10 x 1,50 m)	2	\$ 490,00	\$ 980,00
Mesón (5 x 1,50m)	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Refrigeradora	1	\$ 1.650,00	\$ 1.650,00
Horno Eléctrico	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Exprimidor Naranja	1	\$ 36,00	\$ 36,00
Licuada	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Microondas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Cafetera (dos funciones)	1	\$ 95,00	\$ 95,00
TOTAL			\$ 5.767,00

Cuadro No. 10. Maquinaria y Equipo. Fuente: Ximena Estrella

Utensilios

Utensilios			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Olla grande	3	\$ 42,00	\$ 126,00
Olla mediana	2	\$ 34,00	\$ 68,00
Olla pequeña	4	\$ 29,00	\$ 116,00
Bowl grande	4	\$ 18,00	\$ 72,00
Bowl mediano	8	\$ 13,00	\$ 104,00
Sartenes	4	\$ 31,00	\$ 124,00
Paila	2	\$ 49,00	\$ 98,00
cuchillos	8	\$ 3,00	\$ 24,00
latas para horno	6	\$ 5,80	\$ 34,80
tabla para picar	4	\$ 11,90	\$ 47,60
cucharones	4	\$ 3,54	\$ 14,16
espumadera	4	\$ 8,21	\$ 32,84
tenedores	3	\$ 3,54	\$ 10,62
abrelatas	1	\$ 2,86	\$ 2,86
sacacorchos	4	\$ 2,15	\$ 8,60
espátula	3	\$ 1,90	\$ 5,70
TOTAL			\$ 889,18

Cuadro No. 11. Utensilios. Fuente: Ximena Estrella

Vajilla, cubertería y Cristalería

Vajilla			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Plato Base	140	\$ 11,20	\$ 1.568,00
Plato Postre	140	\$ 4,30	\$ 602,00
Plato Pequeño	140	\$ 2,30	\$ 322,00
Plato Sopero	140	\$ 5,40	\$ 756,00
Taza para café	140	\$ 2,26	\$ 316,40
total			\$ 3.564,40
Cristalería			
Jarra	38	\$ 8,85	\$ 336,30
Copa de Vino	50	\$ 1,80	\$ 90,00
Copa Martini	50	\$ 2,50	\$ 125,00
Copa Cappuccino	60	\$ 2,30	\$ 138,00
Vaso largo	140	\$ 2,00	\$ 280,00
total			\$ 969,30

Cubertería			
cuchara	140	\$ 0,80	\$ 112,00
cuchara postre	165	\$ 0,45	\$ 74,25
tenedor	165	\$ 0,95	\$ 156,75
cuchillo	140	\$ 0,90	\$ 126,00
total			\$ 469,00
TOTAL			\$ 5.002,70

Cuadro No. 12. Vajilla, Cubertería, Cristalería. Fuente: Ximena Estrella.

Uniforme

Se considera entregar una dotación de dos uniformes por empleado.

Uniforme			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cocina			
Chaqueta Chef	10	\$ 29,80	\$ 298,00
Pantalón Chef	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Delantal	10	\$ 7,00	\$ 70,00
Gorro	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Delantal	10	\$ 6,00	\$ 60,00
Servicio			
Camisa/Blusa	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Pantalón	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Delantal	12	\$ 22,00	\$ 264,00
limpiones	12	\$ 1,50	\$ 18,00
TOTAL			\$ 1.245,00

Cuadro No. 13. Uniforme. Fuente: Ximena Estrella.

Equipo de Oficina

Se utilizan tres computadoras en el Restaurante. Una computadora para utilizarse en Administración, otra para Recepción y una más para la toma de órdenes a cargo de los meseros. La recepción cuenta además con una impresora, la máquina registradora y el POS se encuentran en la caja. Las impresoras pre cuenta se encuentran en la cocina y la otra junto al computador de los meseros.

Equipo de Computo			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	3	\$ 750,00	\$ 2.250,00
Impresora	1	\$ 354,00	\$ 354,00
POS	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Máquina Registradora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Impresora Precuenta	2	\$ 210,00	\$ 420,00
TOTAL			\$ 3.764,00

Cuadro No. 14. Equipo de Oficina. Fuente: Ximena Estrella

4.7.2. Materia Prima

Se tomó en cuenta los productos y servicios principales para el desarrollo y funcionamiento del restaurante considerando el costo en el mes y al año.

Materia Prima		
Insumos	Costo Mensual	Costo Anual
Carnes	\$ 2.782,00	\$ 33.384,00
Mariscos	\$ 980,00	\$ 11.760,00
Lácteos	\$ 1.350,00	\$ 16.200,00
Verduras	\$ 1.643,50	\$ 19.722,00
Frutas	\$ 1.643,50	\$ 19.722,00
Viveres	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Bebidas	\$ 378,00	\$ 4.536,00
TOTAL	\$ 9.527,00	\$ 114.324,00

Cuadro No. 15. Materia Prima. Fuente: Ximena Estrella.

Servicios Básicos

Servicios Básicos		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Luz Eléctrica	\$ 490,00	\$ 5.880,00
Agua Potable	\$ 490,00	\$ 5.880,00
Teléfono	\$ 270,00	\$ 3.240,00
Combustible (Gas)	\$ 980,00	\$ 11.760,00
TOTAL	\$ 2.230,00	\$ 15.000,00

Cuadro No. 16. Servicios Básicos. Fuente: Ximena Estrella.

Suministros de Oficina

Suministros de Oficina				
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Papel Bond (resma)	5	\$ 3,50	\$ 17,50	\$ 210,00
Bolígrafo	18	\$ 0,30	\$ 5,40	\$ 64,80
Lápices	12	\$ 0,25	\$ 3,00	\$ 36,00
Borradores	5	\$ 0,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Tinta Impresora	4	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
Cinta Adhesiva	5	\$ 0,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Marcadores	7	\$ 0,78	\$ 5,46	\$ 65,52
TOTAL			\$ 276,36	\$ 3.316,32

Cuadro No. 17. Suministros de Oficina. Fuente: Ximena Estrella.

4.7.3. Sueldos

Para la elaboración de esta matriz se toman en cuenta los beneficios de ley correspondientes al cargo asignado tanto en el área administrativa como la operativa, bajo los parámetros de la estructura ocupacional y porcentajes de incremento para la remuneración sectorial N° 16 "Turismo y Alimentación

⁶Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA										
CARGOS	INGRESO MENSUAL	IESS (9.35%)	NETO A RECIBIR	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL (12.15%)	VACACIONES (sueldo/24)	FONDOS DE RESERVA (sueldo/12)	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL 2014
Administrador	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 30,22	\$ 33,33	\$ 30,22	\$ 15,11	\$ 30,22	\$ 471,48	\$ 5.657,70
Hostes/Capitán de meseros	\$ 344,42	\$ 32,20	\$ 312,22	\$ 26,02	\$ 28,70	\$ 26,02	\$ 13,01	\$ 26,02	\$ 405,96	\$ 4.871,56
Cajero	\$ 344,42	\$ 32,20	\$ 312,22	\$ 26,02	\$ 28,70	\$ 26,02	\$ 13,01	\$ 26,02	\$ 405,96	\$ 4.871,56
Mesero	\$ 341,70	\$ 31,95	\$ 309,75	\$ 25,81	\$ 28,48	\$ 25,81	\$ 12,91	\$ 25,81	\$ 402,76	\$ 4.833,09
Barman	\$ 341,70	\$ 31,95	\$ 309,75	\$ 25,81	\$ 28,48	\$ 25,81	\$ 12,91	\$ 25,81	\$ 402,76	\$ 4.833,09
Chef Ejecutivo	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 30,22	\$ 33,33	\$ 30,22	\$ 15,11	\$ 30,22	\$ 471,48	\$ 5.657,70
Sous Chef	\$ 344,42	\$ 32,20	\$ 312,22	\$ 26,02	\$ 28,70	\$ 26,02	\$ 13,01	\$ 26,02	\$ 405,96	\$ 4.871,56
Ayudante de Cocina	\$ 341,70	\$ 31,95	\$ 309,75	\$ 25,81	\$ 28,48	\$ 25,81	\$ 12,91	\$ 25,81	\$ 402,76	\$ 4.833,09
Steward	\$ 340,34	\$ 31,82	\$ 308,52	\$ 25,71	\$ 28,36	\$ 25,71	\$ 12,85	\$ 25,71	\$ 401,15	\$ 4.813,85
TOTAL									\$ 3.770,27	\$ 45.243,21

Cuadro No. 18. Mano de Obra Directa. Fuente: Ximena Estrella.

⁶ Datos basados en "Tabla de Remuneración Mínima Sectorial de Turismo y Alimentación 2013" Ministerio de Relaciones Laborales.

⁷Mano de Obra Indirecta

MANO DE OBRA INDIRECTA										
CARGOS	INGRESO MENSUAL	IESS (9.35%)	NETO A RECIBIR	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL (12.15%)	VACACIONES (sueldo/24)	FONDOS DE RESERVA (sueldo/12)	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Gerente	\$ 400,00	\$ 37,40	\$ 362,60	\$ 30,22	\$ 33,33	\$ 30,22	\$ 15,11	\$ 30,22	\$ 471,48	\$ 5.657,70
Contador	\$ 352,85	\$ 32,99	\$ 319,86	\$ 26,65	\$ 29,40	\$ 26,65	\$ 13,33	\$ 26,65	\$ 415,90	\$ 4.990,80
TOTAL									\$ 887,37	\$ 10.648,50

Cuadro No. 19. Mano de Obra Indirecta. Fuente: Ximena Estrella.

⁷ Datos basados en “Tabla de Remuneración Mínima Sectorial de Actividades tipo Servicio 2013” Ministerio de Relaciones Laborales.

4.7.4. Otros Gastos

Estos gastos son considerados como gastos indirectos, los cuales no representan un gasto mensualmente dentro del financiamiento del restaurante “Sabor y Cultura Afro”.

Publicidad

PUBLICIDAD		
MEDIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Redes Sociales (Facebook: fan page, icono público)	\$ 33,33	\$ 400,00
Valla Publicitaria	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Volantes	\$ 25,00	\$ 300,00
Prensa Turística	\$ 49,00	\$ 588,00
TOTAL		\$ 7.288,00

Cuadro No. 20. Publicidad. Fuente: Ximena Estrella.

Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Patente Municipal	\$ 13,00
Registro de marca IEPI - SAYCE	\$ 171,36
Registro notaría pública	\$ 100,00
Permiso de Bomberos	\$ 5,00
Afiliación de Cámara de Turismo	\$ 90,00
Trámite RUC	\$ 0,00
Certificado de Medio Ambiente	\$ 53,80
Informe de Regulación Metropolitana	\$ 2,00
Uso de Suelo	\$ 0,00
Hoja de Registro est. Turístico	\$ 472,60
Permiso Ministerio de Salud	\$ 126,00

Cuadro No. 21. Gastos Administrativos. Fuente: Ximena Estrella.

Mantenimiento y Reparación

MANTENIMIENTO Y REPARACION			
DESCRIPCION	INVERSION	PORCENTAJE	ANUAL
Obra civil	\$ 55.125,00	2%	\$ 1.102,50
Muebles y enseres	\$ 4.303,00	4%	\$ 172,12
Cristalería, cubertería y vajilla	\$ 5.002,70	6%	\$ 300,16
Equipo de Oficina	\$ 3.024,00	6%	\$ 181,44
Maquinaria y equipo	\$ 5.767,00	6%	\$ 346,02
Uniformes	\$ 1.245,00	10%	\$ 124,50

Cuadro No. 22. Mantenimiento y Reparación. Fuente: Ximena Estrella.

4.7.5. Inversión

Para la inversión del restaurante “Sabor y Cultura Afro” se considera 6 accionistas de los cuales dos serán mayoritarios y 4 minoritarios, lo cual se detalla el valor de su inversión y el porcentaje que representa en el mismo.

INVERSIONISTAS		
Nombre	Inversión	Porcentaje accionario
Krochin Igor	\$ 89.474,37	23,39%
Lomas Marcelo	\$ 21.613,09	5,65%
Yerovi Patricia	\$ 26.471,25	6,92%
Espinoza Marlon	\$ 27.389,33	7,16%
Estrella Eddy	\$ 20.159,47	5,27%
Fierro Efraín	\$ 197.425,05	51,61%
TOTAL	\$ 382.532,56	100,00%

Cuadro No. 23. Inversionistas. Fuente: Ximena Estrella.

4.8. Capital del Trabajo

Se toma en cuenta un monto de inversión, más los activos fijos, más los activos diferidos que se estima al momento de crear una empresa. El resultado de la suma de los rubros mencionados anteriormente representa el valor económico que se necesita para la construcción del restaurante “Sabor y Cultura Afro”, que en este caso representa el \$382.533,6.

INVERSION	
1.- CAPITAL DE TRABAJO	
Efectivo	\$ 10.000,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.000,00
2.- ACTIVOS FIJOS	
Terreno	\$ 55.125,00
Edificio	\$ 270.540,00
Muebles y enseres	\$ 4.303,00
Utensilios de cocina	\$ 889,18
Cristalería, Cubertería y vajilla	\$ 5.002,70
Suministros de Oficina	\$ 3.316,32
Equipo de Oficina	\$ 3.024,00
Maquinaria y equipo	\$ 5.767,00
Uniformes	\$ 1.245,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 349.212,20
3.- OTROS ACTIVOS	
Gastos de Constitución	\$ 1.033,76
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 1.033,76
4.- GASTOS	
Gastos Servicios basicos	\$ 15.000,00
Gastos Publicidad	\$ 7.288,00
TOTAL GASTOS	\$ 22.288,00
TOTAL INVERSION	\$ 382.533,96

Cuadro No. 24. Inversión. Fuente: Ximena Estrella.

4.9. Balance General

El Balance general se lo considera el estado financiero importante dentro de la empresa para saber con qué monto económico se cuenta anualmente.

Balance General	
Activo	
Activo Corriente	
Caja y Bancos	\$ 10.000,00
Inventario de Bebidas	\$ 1.200,00
Materia Prima	\$ 9.527,00
Suministros de Oficina	\$ 3.316,32
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 24.043,32
Activo Fijo	
Terreno	\$ 55.125,00
Edificio	\$ 270.540,00
Muebles y enseres	\$ 4.303,00
Utensilios de cocina	\$ 889,18
Cristalería, Cubertería y vajilla	\$ 5.002,70
Equipo de Oficina	\$ 3.024,00
Maquinaria y equipo	\$ 5.767,00
Uniformes	\$ 1.245,00
TOTAL ACTIVO	\$ 386.970,52
PASIVO	
Pasivo Corriente	
Cuentas x Pagar	\$ 26.591,96
Préstamo por Pagar	\$ 161.000,00
TOTAL PASIVO	\$ 187.591,96
Patrimonio	
Capital Social	\$ 199.378,56
TOTAL PATRIMONIO	\$ 199.378,56
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 386.970,52

Cuadro No. 25. Balance General. Fuente: Ximena Estrella.

4.10. Producción Estimada.

Para la producción estimada anual, se multiplican los días laborables en el mes con un valor estimado de ventas de los platos del menú del restaurante y el resultado es la producción mensual estimada.

Para el valor de ventas mensuales se multiplica la producción mensual, por el precio venta al público, valor de la receta estándar, del cual el resultado son las ventas mensuales.

Producción estimada anual						
No. de días de atención mensual	Ordenes diarias (estimadas)	Tipo	Producción mensual (estimada)	precio de venta estimado en USD	Venta mensual en USD	Venta anual en USD
23	72	Platos Fuerte	1656	\$ 6,80	\$ 11.260,80	\$ 135.129,60
23	50	Entradas	1150	\$ 2,00	\$ 2.300,00	\$ 27.600,00
23	72	Bebidas	1656	\$ 2,00	\$ 3.312,00	\$ 39.744,00
23	40	Postres	920	\$ 2,40	\$ 2.208,00	\$ 26.496,00
	234		5382		\$ 19.080,80	\$ 228.969,60

PRODUCCIÓN ANUAL 64584

Cuadro No. 26. Producción Estimada Anual. Fuente: Ximena Estrella.

4.11. Presupuesto de Ingresos y Gastos

Por medio del presupuesto de ingresos anuales de la producción, materia prima, gastos de servicios básicos, entre otros, se puede determinar la utilidad que genera el establecimiento a 5 años.

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

INGRESOS	1er. Año	2do. Año	3er. Año	4.to. Año	5to. Año
Producción estimada		8%	10%	10%	10%

Platos a la carta	\$ 135.129,60	\$ 145.939,97	\$ 160.533,96	\$ 176.587,36	\$ 194.246,10
Entradas	\$ 27.600,00	\$ 29.808,00	\$ 32.788,80	\$ 36.067,68	\$ 39.674,45
Bebidas	\$ 39.744,00	\$ 42.923,52	\$ 47.215,87	\$ 51.937,46	\$ 57.131,21
Postres	\$ 26.496,00	\$ 28.615,68	\$ 31.477,25	\$ 34.624,97	\$ 38.087,47
TOTAL	\$ 228.969,60	\$ 247.287,17	\$ 272.015,88	\$ 299.217,47	\$ 329.139,22

Costo de Materia Prima	\$ 114.324,00	\$ 117.753,72	\$ 121.286,33	\$ 127.350,65	\$ 133.718,18
------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

GASTOS	1er. Año	2do. Año	3er. Año	4.to. Año	5to. Año
Sueldos	\$ 55.891,71	\$ 59.804,13	\$ 63.392,38	\$ 67.829,85	\$ 72.577,93
GAS	\$ 11.760,00	\$ 11.760,00	\$ 11.760,00	\$ 11.877,60	\$ 11.877,60
Servicios Básicos	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.150,00	\$ 15.150,00
Suministros de Oficina	\$ 3.316,32	\$ 3.316,32	\$ 3.316,32	\$ 3.482,14	\$ 3.490,43
Gastos Publicidad	\$ 7.288,00	\$ 7.288,00	\$ 7.288,00	\$ 7.288,00	\$ 7.288,00
Interés Préstamo	\$ 14.490,00	\$ 13.536,27	\$ 12.496,70	\$ 11.363,57	\$ 10.128,46
Gastos Imprevistos 2%	\$ 7.650,68	\$ 8.415,75	\$ 9.257,32	\$ 10.183,06	\$ 11.201,36
TOTAL	\$ 115.396,71	\$ 119.120,47	\$ 122.510,72	\$ 127.174,20	\$ 131.713,78

Cuadro No. 27. Presupuesto de Ingresos y Gastos. Fuente: Ximena Estrella.

4.12. Amortización

La tabla de amortización indica la disminución del préstamo en el tiempo. En el diseño del restaurante se solicitó un préstamo de \$ 161000 a un plazo de 10 años con una tasa de interés del 9% anual.

Tabla de Amortización				
PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$ 161.000,00
1	\$ 25.087,03	\$ 14.490,00	\$ 10.597,03	\$ 150.402,97
2	\$ 25.087,03	\$ 13.536,27	\$ 11.550,77	\$ 138.852,20
3	\$ 25.087,03	\$ 12.496,70	\$ 12.590,34	\$ 126.261,86
4	\$ 25.087,03	\$ 11.363,57	\$ 13.723,47	\$ 112.538,39
5	\$ 25.087,03	\$ 10.128,46	\$ 14.958,58	\$ 97.579,82
6	\$ 25.087,03	\$ 8.782,18	\$ 16.304,85	\$ 81.274,96
7	\$ 25.087,03	\$ 7.314,75	\$ 17.772,29	\$ 63.502,68
8	\$ 25.087,03	\$ 5.715,24	\$ 19.371,79	\$ 44.130,88
9	\$ 25.087,03	\$ 3.971,78	\$ 21.115,26	\$ 23.015,63
10	\$ 25.087,03	\$ 2.071,41	\$ 23.015,63	\$ 0,00

Cuadro No. 28. Tabla de Amortización. Fuente: Ximena Estrella.

4.13. Estado de Pérdidas y Ganancias

Con las pérdidas y ganancias se puede apreciar si la apertura del restaurante “Sabor y Cultura Afro” resulta rentable o no a 5 años plazo.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso por ventas	228.969,60	247.287,17	272.015,88	299.217,47	329.139,22
-	Costos de Ventas	114.324,00	117.753,72	121.286,33	127.350,65	133.718,18
=	Utilidad bruta en ventas	114.645,60	129.533,45	150.729,55	171.866,83	195.421,04
-	Gastos					
	Sueldos	55.891,71	59.804,13	63.392,38	67.829,85	72.577,93
	GAS	11.760,00	11.760,00	11.760,00	11.877,60	11.877,60
	Servicios Básicos	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.150,00	15.150,00
	Suministros de Oficina	3.316,32	3.316,32	3.316,32	3.482,14	3.490,43
	Gastos Publicidad	7.288,00	7.288,00	7.288,00	7.288,00	7.288,00
	Interés Préstamo	14.490,00	13.536,27	12.496,70	11.363,57	10.128,46
	Gastos Imprevistos 2%	7.650,68	8.415,75	9.257,32	10.183,06	11.201,36
=	Utilidad antes de participación de trabajadores	(751,11)	10.412,98	28.218,83	44.692,62	63.707,26
-	15% utilidad a trabajadores	(112,67)	1.561,95	4.232,83	6.703,89	9.556,09
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	(638,44)	8.851,03	23.986,01	37.988,73	54.151,17
-	22% Impuesto a la renta	(140,46)	1.947,23	5.276,92	8.357,52	11.913,26
=	Utilidad líquida del ejercicio	(497,99)	6.903,81	18.709,09	29.631,21	42.237,92

Cuadro No. 29. Estado de Pérdidas y Ganancias. Fuente: Ximena Estrella.

4.14. Depreciaciones

Las depreciaciones se encargan de mostrar la vida útil del espacio físico, bienes inmuebles con la finalidad de considerar los recursos suficientes para la reparación de los mismos. Con referencia al proyecto del valor invertido en la construcción, maquinaria, muebles y equipos, el valor de la depreciación representa un 5,54% en sus años respectivos.

DEPRECIACION				
DESCRIPCION	VIDA UTIL (años)	% DE DEPRECIACION	INVERSION	VALOR ANUAL DE LA DEPRECIACION
Edificio	20	5,00%	\$ 270.540,00	\$ 13.527,00
Maquinaria y Equipos	10	10,00%	\$ 5.767,00	\$ 576,70
Muebles y Enseres	10	10,00%	\$ 4.303,00	\$ 430,30
Equipos de Computación	3	33,33%	\$ 3.024,00	\$ 1.008,00
TOTAL			\$ 283.634,00	\$ 15.542,00

Cuadro No. 30. Depreciación. Fuente: Ximena Estrella.

4.15. Evaluación Financiera

4.15.1. Flujo de Caja

Por medio del estudio se puede determinar un estimado de los valores a vender cada año en una extensión de 5 años.

FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	228.969,60	247.287,17	272.015,88	299.217,47	329.139,22
Capital propio					
Total de ingresos	228.969,60	247.287,17	272.015,88	299.217,47	329.139,22
EGRESOS					
Sueldos	55.891,71	59.804,13	63.392,38	67.829,85	72.577,93
Materia Prima	114.324,00	117.753,72	121.286,33	127.350,65	133.718,18
Servicios Básicos	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.150,01	15.150,00
Insumos	20.230,88	20.837,81	21.462,94	22.106,83	22.770,03
Publicidad	7.288,00	7.288,00	7.288,00	7.288,00	7.288,00
Préstamo Bancario	10.597,03	11.550,77	12.590,34	13.723,47	14.958,58
Interés Préstamo	14.490,00	13.536,27	12.496,70	11.363,57	10.128,46
Pago impuestos	(253,12)	3.509,18	9.509,75	15.061,41	21.469,35
Total de egresos	237.568,50	249.279,87	263.026,43	279.873,78	298.060,53
FLUJO DE CAJA	(8.598,90)	(1.992,70)	8.989,45	19.343,69	31.078,69

Cuadro No. 31. Flujo de Caja. Fuente: Ximena Estrella.

De acuerdo con el cuadro de flujo de caja realizado, se identifica la salida de dinero, lo cual no representa perdida durante los cinco primeros años.

4.15.2. Punto de Equilibrio

Con el punto de equilibrio podremos determinar el valor con el cual subsiste el restaurante, con el que ni se gana ni se pierde. Para el cálculo del punto de equilibrio se realizó la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE = \frac{\$71.433,71}{1 - \frac{\$149.554,88}{\$228.969,60}}$$

$$PE = \frac{\$71.433,71}{1 - 0,653}$$

$$PE = \frac{\$71.433,71}{0,347}$$

$$PE = \$205.860,83$$

Por medio del cálculo del punto de equilibrio se puede identificar el valor que se deberá vender para poder considerar el valor invertido para la implementación del restaurante en este caso es de \$205.860,83.

4.15.3. Punto de Equilibrio en Unidades

El punto de equilibrio en unidades se utiliza para calcular el número de platos que se debe vender, en el cual el restaurante no deja ni pérdida ni ganancia. Se tomara en cuenta lo siguiente:

- Costos fijos
- PVu = precio de venta unitario
- CVU= Costo de venta unitario

$$\text{Punto de Equilibrio}(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVu} - \text{CVu}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio}(\text{unidades}) = \frac{71,433,71}{3,59 - 1,80}$$

$$\text{Punto de Equilibrio}(\text{unidades}) = \frac{71,433,71}{1,79}$$

$$\text{Punto de Equilibrio}(\text{unidades}) = 39.907,10$$

El punto de equilibrio en unidades es de 39.907,10 platos que se deberá vender en el año, para conocer exactamente la cantidad de platos deben ser vendidos en el año, en el mes (23 días laborables) y diarios se lo detalla en la siguiente matriz, para ver la ganancia del restaurante.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES				
Platos	Promedio de Ventas	Ventas Anuales	Ventas Mensuales	Ventas Diarias
Entradas	15%	5.986,07	498,84	21,69
Sopas	20%	7.981,42	665,12	28,92
Platos Fuertes	40%	15.962,84	1.330,24	57,84
Postres	10%	3.990,71	332,56	14,46
Bebidas	15%	5.986,07	498,84	21,69
TOTAL	100%	39.907,10	3.325,59	144,59

Cuadro No. 32. Punto de Equilibrio en Unidades. Fuente: Ximena Estrella.

4.15.4. Valor Actual Neto (VAN)

El cálculo del valor actual neto permitirá calcular la medida de la rentabilidad absoluta que proporciona el restaurante.

Los elementos que se utilizan para calcular el VAN son:

I_o = Inversión inicial

FC_n = Flujo de caja en el periodo n

i = TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento) que para nuestro negocio será del **8%**.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FC_n}{(1+i)^n} - I_o$$

$$VAN = \frac{\$ -8.598,90}{(1+0,08)^1} + \frac{\$ -1.992,70}{(1+0,08)^2} + \frac{\$ 8.989,45}{(1+0,08)^3} + \frac{\$ 19.343,69}{(1+0,08)^4} + \frac{\$ 31.078,69}{(1+0,08)^5} - 10000$$

$$VAN = \frac{\$ -8.598,90}{1,08} + \frac{\$ -1.992,70}{1,1664} + \frac{\$ 8.989,45}{1,2597} + \frac{\$ 19.343,69}{1,3604} + \frac{\$ 31.078,69}{1,4693} - 10000$$

$$VAN = -7.961,94 - 1.718,41 + 7.136,18 + 14.219,12 + 21.152,04 - 10000$$

$$VAN = 22.826,99$$

El valor actual neto de la implementación del restaurante resulta viable ya que la inversión es mayor a cero y producirá ganancias.

4.15.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Por medio de esta tasa se determina la tasa de descuento con la que el valor actual neto (VAN) es igual a cero.

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

$$TIR = \frac{-10.000 + (-8.598,90 - 1.992,70 + 8.989,45 + 19.343,69 + 31.078,69)}{(1 * (-8.598,90)) + (2 * (-1.992,70)) + (3 * 8.989,45) + (4 * 19.343,69) + (5 * 31.078,69)}$$

$$TIR = \frac{38.820,24}{(1 * (-8.598,90)) + (2 * (-1.992,70)) + (3 * 8.989,45) + (4 * 19.343,69) + (5 * 31.078,69)}$$

$$TIR = \frac{38.820,24}{(-8.598,90) + (-3.985,40) + (26.968,36) + (77.374,77) + (155.393,45)}$$

$$TIR = \frac{38.820,24}{247.152,28}$$

$$TIR = 0,1570$$

$$TIR = 15,70\%$$

Del 8% que se consideró del TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento), la tasa interna de retorno del proyecto es de 19,08% lo cual resulta satisfactorio sobre la inversión del restaurante propuesto.

4.15.6. Periodo de Recuperación de la Inversión

Por medio de este estudio se puede identificar el año en el cual se recuperara lo invertido

$$PRI = \frac{1}{TIR}$$

$$PRI = \frac{1}{0,1570}$$

$$PRI = 6,36$$

$$PRI = 6 \text{ años}$$

Es decir que el valor invertido en el restaurante “Sabor y cultura Afro” se recupera en 6 años.

CAPITULO V. Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

-El restaurante es una idea exitosa a la hora de proponerla como negocio, considerando que parte de la necesidad del ser humano es alimentarse, primero como necesidad biológica y, segundo como fuente de flujo de turistas del área en la que se encuentre establecido en este caso el Valle del Chota.

- El restaurante favorece al entorno dando una temática especial al restaurante mostrando una cultura afroecuatoriana residente de la región interandina del país.

- Parte del estudio realizado se consideró varias actividades con el objetivo de dar un valor agregado al restaurante que por medio de animación recreativa, cultural y, costumbres del Valle del Chota se pueda crear un ambiente diferente aprovechando de la riqueza cultural afroecuatoriana del entorno que rodea la parroquia de Ambuquí donde se establece el restaurante.

- El enfoque inspirado en la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota del restaurante tiene una gran acogida, por ser del agrado de los pobladores y de los turistas nacionales, además que están muy conscientes de la importancia que tiene el turismo en nuestro país en la actualidad, porque forma parte de la actividad económica esencial al igual que el petróleo para la exportación del país como una “Potencia Turística”, y lo importante que es el conocer y dar a conocer la

pluriculturalidad del país, en este caso la cultura afroecuatoriana asentada en la región sierra.

- Dentro del entorno temático del establecimiento se toma en cuenta todo el enfoque de la cultura afroecuatoriana como: el vestuario de los empleados, la ambientación del restaurante, el tipo de comida que se servirá, y la decoración, para brindar un servicio de calidad y que el cliente se sienta satisfecho.
- El estudio financiero demuestra la viabilidad de la implementación de este proyecto y la pronta recuperación de la inversión en el tiempo.

5.2. Recomendaciones

- Implementar el proyecto de la creación de un restaurante temático a fin de promocionar a la parroquia de Ambuquí y al Valle del Chota, y de esta manera incrementar la afluencia de turistas a la zona.
- Difundir información sobre la cultura afroecuatoriana del Valle del Chota, debido a que la cultura afroesmeraldeña está ligada de manera muy cercana a la primera por sus costumbres musicales e históricas.
- Establecer restaurantes con un enfoque diferente a los establecimientos de alimentos y bebidas con la finalidad de promocionar nuestro país ya sea orientado a una cultura, entorno natural, costumbre gastronómica o musical.
- Se debe equilibrar la promoción de las culturas en la provincia de Imbabura para que la cultura afroecuatoriana tenga mayor participación en las actividades turísticas,

por la razón que la cultura otavaleña toma ventaja de esta actividad, además de brindar mayor conocimiento sobre turismo y establecimientos de servicio (hoteles, restaurantes), para que la comunidad residente del Valle de Chota encuentre en el turismo actividades económicas para su desarrollo.

- Se recomienda mantener el estándar fijado tanto en las funciones de los empleados, como la calidad del servicio de los mismos, cuidando del espacio físico que representa la temática como la parte atractiva del establecimiento, así de esta manera seguir siendo un establecimiento innovador en la zona.

- Mantener las ventas durante los primeros años y subirlas para años futuros mejorando las ganancias y utilidades que será favorable para las personas que participan dentro del restaurante temático “Sabor y Cultura Afro”.

GLOSARIO:

Asepsia: Manejo de normas de limpieza y eliminación de gérmenes y bacterias dentro de un área donde se manipulan alimentos.

Asequible: fácil de conseguir o alcanzar.

Bongoes: Instrumento de percusión de origen cubano de dos tambores pequeños.

Calanguana: instrumento original del Valle del Chota hecho de calabaza con incisiones a manera de huiro.

Coerción: Se interpreta como represión a alguien o algo.

Comanda: Es la orden escrita de un mesero dentro de un restaurante.

Cultura: Conjunto de modo de vida y costumbres de un grupo de personas.

Interacción: Acción de compartir información, comunicación con algo o alguien.

Honka Monka: Museo de la cultura afroecuatoriana de los habitantes del Valle del Chota.

Mice en Place: Preparación (cortar, pelar, picar, etc.) de los alimentos dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas.

Porcionar: Dividir y distribuir comida en cantidades específicas para la elaboración de comida en cocina.

Restorruta: Restaurante que se encuentra ubicado en la carretera, puede encontrarse junto a gasolineras, tienda de artesanías, punto de información.

Temático: Temas de conjuntos sostenidos de un objetivo específico dentro de una idea general.

BIBLIOGRAFIA.

Gutierrez, A. (2010). Población pluricultural del Ecuador. Quito. Ed. Antillas.

Sanchez, E.P. (2009). Estudio de las costumbres y tradiciones gastronómicas. Quito. Ed. Trujillo.

Vilema, C.E. (2010). Auditoria de Gestión de Calidad del proceso de recursos humanos de la empresa multinacional “Tigre Ecuador S.A.”. Tesis Escuela Politécnica del Ejército.

Sachs, J. y F. Larraín. (2008). Macroeconomía en la Economía Global. México D.F. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

Vázquez, S. y N. Saltos. (2010). Ecuador y su realidad política y cultural. Quito. Ed. Fundación José Peralta.

Fonseca, R. (2006). Manejo de empresas de Alimentos y Bebidas. Origen del Restaurante. México D.F. Ed. B.

Zamorano, F. (2012). El negocio del turismo. Tu empresa paso a paso. Monterrey. Ed. Trillas.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (Enero de 2014). Pueblo Afroecuatoriano del Valle del Chota.

Ministerio de Turismo (MINTUR). (Agosto 2013). Catastro de establecimientos de alimentos y bebidas de la Provincia de Imbabura.

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. (Enero de 2014). *Reglamento para la Titulación o Graduación*. Quito.

NETGRAFIA.

Factores Políticos del Ecuador en:

<http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=3726>. Fecha de consulta: 8 de Enero del 2014

Comisión Nacional de estadísticas de los pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios

(CONEPIA)en:http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=381&Itemid=461&lang=es. Fecha de consulta: 12 de Enero del 2014

Factores Legales del Ecuador SEMPLADES en:

<http://www.planificacion.gob.ec/zonas-districtos-y-circuitos/>. Fecha de consulta: 12 de Enero del 2014.

Música afroecuatoriana del Valle del Chota en:

<http://afros.wordpress.com/cultura/musica-y-danza/>, fecha de consulta: 27 de Marzo del 2014.

ANEXOS

RECETAS ESTANDAR DEL RESTAURANTE “SABOR Y CULTURA AFRO”

ENTRADAS

Tamal de Choclo			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Ajo	1	pepa	\$ 0,03
Pimiento	½	unidad	\$ 0,05
Cebolla Perla	½	Unidad	\$ 0,06
Aceite Achiote	25	ml	\$ 0,10
Choclo Cocido	150	gr	\$ 0,21
condimentos	10	gr	\$ 0,04
fondo de caldo de res	80	ml	\$ 0,11
manteca de cerdo	½	onza	\$ 0,07
huevo	1	unidad	\$ 0,18
hoja de achira	1	unidad	\$ 0,15
Subtotal 1			\$ 1,00
C. Direc.Prod.			\$ 0,80
C. Indirec. Prod.			\$ 0,21
Merma / Impre.			\$ 0,08
Subtotal 2			\$ 2,09
utilidad 33%			\$ 0,69
Total			\$ 2,78
servicio 10%			\$ 0,28
IVA 12%			\$ 0,33
TOTAL			\$ 3,39
Precio por Plato			\$ 1,70

Cuadro No. 33. Tamal de Choclo. Fuente: Ximena Estrella.

Habas con Queso			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
habas	150	gr	\$ 0,43
queso fresco	30	gr	\$ 0,28
cilantro	10	gr	\$ 0,04
cebolla	10	gr	\$ 0,05
condimentos	2	gr	\$ 0,01
Subtotal 1			\$ 0,81
C. Direc.Prod.			\$ 0,61
C. Indirec. Prod.			\$ 0,12
Merma / Impre.			\$ 0,02
Subtotal 2			\$ 1,56
utilidad 33%			\$ 0,51
Total			\$ 2,07
servicio 10%			\$ 0,21
IVA 12%			\$ 0,25
TOTAL			\$ 2,53
Precio por Plato			\$ 1,26

Cuadro No. 34. Habas con Queso. Fuente: Ximena Estrella.

Tortillas de Maíz			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Harina de Maíz	220	gr	\$ 0,56
Manteca de Cerdo	35	gr	\$ 0,14
Leche	20	ml	\$ 0,08
Huevo	1	Unidad	\$ 0,18
Condimentos	12	gr	\$ 0,05
Subtotal 1			\$ 1,01
C. Direc.Prod.			\$ 0,76
C. Indirec. Prod.			\$ 0,08
Merma / Impre.			\$ 0,03
Subtotal 2			\$ 1,88
utilidad 33%			\$ 0,62
Total			\$ 2,50
servicio 10%			\$ 0,25
IVA 12%			\$ 0,30
TOTAL			\$ 3,05
Precio por Plato			\$ 1,52

Cuadro No. 35. Tortillas de Maíz: Ximena Estrella

Papas con Paico			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Cebolla Perla	100	gr	\$ 0,09
ajo	17	gr	\$ 0,03
aceite achiote	30	gr	\$ 0,25
crema de leche	½	gr	\$ 0,15
hojas de paico	25	gr	\$ 0,10
papas	½	libra	\$ 0,25
		Subtotal 1	\$ 0,87
		C. Direc.Prod.	\$ 0,65
		C. Indirec. Prod.	\$ 0,12
		Merma / Impre.	\$ 0,05
		Subtotal 2	\$ 1,69
		utilidad 33%	\$ 0,56
		Total	\$ 2,25
		servicio 10%	\$ 0,23
		IVA 12%	\$ 0,27
		TOTAL	\$ 2,75
		Precio por Plato	\$ 1,37

Cuadro No. 36. Papas con Paico. Fuente Ximena Estrella.

SOPAS

Sopa de Frejol			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Frejol	220	gr	\$ 0,60
Papa	95	gr	\$ 0,40
Cebolla	75	gr	\$ 0,15
Zanahoria	60	gr	\$ 0,13
acelga	30	gr	\$ 0,07
condimento	10	gr	\$ 0,04
Achiote	8	ml	\$ 0,08
		Subtotal 1	\$ 1,47
		C. Direc.Prod.	\$ 1,10
		C. Indirec. Prod.	\$ 0,21
		Merma / Impre.	\$ 0,11
		Subtotal 2	\$ 2,89
		utilidad 33%	\$ 0,95

Total	\$	3,85
servicio 10%	\$	0,38
iva 12%	\$	0,46
TOTAL	\$	4,69
Precio por Plato	\$	2,35

Cuadro No. 37.Sopa de Frejol. Fuente: Ximena Estrella.

Sancocho de Choclo			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Choclo	250	gr	\$ 0,41
Verde	125	gr	\$ 0,35
Cebolla	55	gr	\$ 0,28
Zanahoria	40	gr	\$ 0,23
Papa	100	gr	\$ 0,40
Condimentos	11	gr	\$ 0,07
Achiote	8	ml	\$ 0,08
		Subtotal 1	\$ 1,82
		C. Direc.Prod.	\$ 1,37
		C. Indirec. Prod.	\$ 0,21
		Merma / Impre.	\$ 0,11
		Subtotal 2	\$ 3,51
		utilidad 33%	\$ 1,16
		Total	\$ 4,66
		servicio 10%	\$ 0,47
		IVA 12%	\$ 0,56
		TOTAL	\$ 5,69
		Precio por Plato	\$ 2,84

Cuadro No. 38. Sango de Choclo. Fuente: Ximena Estrella.

Menestrón			
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
frejol tierno	120	gr	\$ 0,62
fondo de carne	70	gr	\$ 0,59
cebolla blanca	20	gr	\$ 0,16
zanahoria	20	gr	\$ 0,14
sal			
pimiento verde	20	gr	\$ 0,15
papa	90	gr	\$ 0,15
acelga	30	gr	\$ 0,09

fideo tornillo	80	gr	\$	0,37
Subtotal			\$	2,27
utilidad 33%			\$	0,75
producción			\$	0,75
Total			\$	3,77
servicio 10%			\$	0,38
IVA 12%			\$	0,45
TOTAL			\$	4,60
Precio por Plato			\$	2,30

Cuadro No. 39. Menestrón. Fuente: Ximena Estrella.

Locro de Queso			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
papas	260	gr	\$ 0,35
cebolla blanca	40	gr	\$ 0,10
mantequilla	32	gr	\$ 0,12
aceite achiote	6	gr	\$ 0,11
leche	115	ml	\$ 0,35
queso mozzarella	120	gr	\$ 0,92
perejil	8	gr	\$ 0,08
condimentos	8	gr	\$ 0,03
fondo de res	50	ml	\$ 0,41
ajo	10	gr	\$ 0,04
Subtotal 1			\$ 2,16
C. Direc.Prod.			\$ 1,62
C. Indirec. Prod.			\$ 0,08
Merma / Impre.			\$ 0,03
Subtotal 2			\$ 3,89
utilidad 33%			\$ 1,28
Total			\$ 5,17
servicio 10%			\$ 0,52
IVA 12%			\$ 0,62
TOTAL			\$ 6,31
Precio por Plato			\$ 3,16

Cuadro No. 40. Locro de Queso. Fuente: Ximena Estrella.

PLATOS FUERTES

Fritada			
Porciones		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Carne de cerdo	300	gr	\$ 1,50
ajo	80	gr	\$ 0,40
cebolla paiteña	40	gr	\$ 0,15
cebolla blanca	25	gr	\$ 0,05
manteca	60	gr	\$ 0,27
mote	100	gr	\$ 0,23
tostado	10	gr	\$ 0,05
papa	160	gr	\$ 0,32
maduro	80	gr	\$ 0,30
Condimentos	15	gr	\$ 0,09
Subtotal 1			\$ 3,36
C. Direc.Prod.			\$ 2,52
C. Indirec. Prod.			\$ 0,31
Merma / Impre.			\$ 0,15
Subtotal 2			\$ 6,34
utilidad 33%			\$ 2,09
Total			\$ 8,43
servicio 10%			\$ 0,84
IVA 12%			\$ 1,01
TOTAL			\$ 10,29
Precio por Plato			\$ 5,14

Cuadro No. 41. Fritada. Fuente: Ximena Estrella.

Chuleta de Cerdo con Menestra			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Chuleta de Cerdo	1	Unidad	\$ 0,72
frejol	¼	lb	\$ 0,42
arroz	150	gr	\$ 0,32
ajo	38	gr	\$ 0,05
cebolla paiteña	63	gr	\$ 0,09
aceite	40	ml	\$ 0,30
tomate riñon (cubos)	75	gr	\$ 0,14
Condimentos	13	gr	\$ 0,08
cilantro	23	gr	\$ 0,05
fondo de cerdo	150	ml	\$ 0,45
pimiento	100	gr	\$ 0,37
Subtotal 1			\$ 2,27
C. Direc.Prod.			\$ 1,70
C. Indirec. Prod.			\$ 0,31
Merma / Impre.			\$ 0,15
Subtotal 2			\$ 4,43
utilidad 33%			\$ 1,46
Total			\$ 5,90
servicio 10%			\$ 0,59
IVA 12%			\$ 0,71
TOTAL			\$ 7,19
Precio por Plato			\$ 3,60

Cuadro No. 42. Chuleta de Cerdo con Menestra. Fuente: Ximena Estrella.

POSTRES

Helado de Ovo			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
Pulpa de ovo	150	gr	\$ 0,45
crema de leche	50	ml	\$ 0,30
azúcar	100	gr	\$ 0,16
clara de huevo	2	unidades	\$ 0,30
hoja de menta	3	unidades	\$ 0,02
Subtotal 1			\$ 1,23

C. Direc.Prod.	\$	0,92
C. Indirec. Prod.	\$	0,18
Merma / Impre.	\$	0,04
Subtotal 2	\$	2,37
utilidad 33%	\$	0,78
Total	\$	3,16
servicio 10%	\$	0,32
IVA 12%	\$	0,38
TOTAL	\$	3,85
Precio por Plato	\$	1,92

Cuadro No. 43. Helado de Ovo. Fuente Ximena Estrella.

Tomate de Árbol en Almíbar			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
tomate de árbol	3	unidades	\$ 0,42
azúcar	150	gr	\$ 0,79
canela	2	ramas	\$ 0,06
pimienta dulce	4	gr	\$ 0,04
clavo de olor	4	gr	\$ 0,04
agua	85	ml	\$ 0,01
Subtotal 1			\$ 0,94
C. Direc.Prod.			\$ 0,71
C. Indirec. Prod.			\$ 0,21
Merma / Impre.			\$ 0,08
Subtotal 2			\$ 1,94
utilidad 33%			\$ 0,64
Total			\$ 2,57
servicio 10%			\$ 0,26
IVA 12%			\$ 0,31
TOTAL			\$ 3,14
Precio por Plato			\$ 1,57

Cuadro No.44. Tomate de árbol en almíbar. Fuente Ximena Estrella.

Granizado de Mango			
Porción		2 pax	
Ingredientes	Cantidad	Unidad	Costo por Porción
pulpa de mango	150	gr	\$ 0,55
hielo	100	gr	\$ 0,25
leche condensada	55	gr	\$ 0,38
Subtotal 1			\$ 1,18
C. Direc.Prod.			\$ 0,89
C. Indirec. Prod.			\$ 0,21
Merma / Impre.			\$ 0,08
Subtotal 2			\$ 2,36
utilidad 33%			\$ 0,78
Total			\$ 3,13
servicio 10%			\$ 0,31
IVA 12%			\$ 0,38
TOTAL			\$ 3,82
Precio por Plato			\$ 1,91

Cuadro No. 45. Granizado de Mango. Fuente: Ximena Estrella.

TERRENO PARA EL DISEÑO DEL RESTAURANTE “SABOR Y CULTURA AFRO”.



Imagen No. 18. Vista frontal del Terreno. Fuente: Ximena Estrella (Enero, 2014).



Imagen No. 19. Vista posterior del terreno. Fuente: Ximena Estrella (Enero, 2014).

DISEÑO DE UNIFORMES DEL RESTAURANTE “SABOR Y CULTURA AFRO”



Imagen No. 20. Uniforme de Mesera. Fuente: Monica Estrella (Enero, 2014).



Imagen No. 21. Uniforme de Mesero. Fuente: Monica Estrella (Enero, 2014).



Imagen No. 22. Uniforme de Cocina "Chef". Fuente: Monica Estrella (Enero, 2014).

DISEÑO DEL MENU DEL RESTAURANTE “SABOR Y CULTURA AFRO.