



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD
ESCUELA DE GASTRONOMÍA

“PROPUESTA DE UN RESTAURANTE SIERRA CON ALOJAMIENTO EN LA RESERVA
FAUNÍSTICA EL CHIMBORAZO.”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Gastronomía

Profesor Guía
Dimitri Hidalgo

Autora
Stefanía Guerrero Narváez

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones de los agentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....
Dimitri Hidalgo

C.I. 1801698679

DECLARACIÓN DEL ESTUDIANTE

Declaro haber elaborado mi plan de titulación, siendo este de mi propia autoría, con la finalidad de crear un proyecto viable con mis conocimientos y la ayuda de mi tutor.

.....

Stefanía Guerrero Narváez
C.I. 1721395844

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo primero a mis padres, por el apoyo brindado a lo largo de mi vida y mi profesión; a mi hermana por alentarme cotidianamente en todos los momentos de mi vida.

Agradezco a Dios y a mis Abuelos que con dedicación me dieron las bases de los valores que son pilares en mi vida. A cada uno de mis maestros que con su tiempo y esfuerzo dedicaron sus mejores enseñanzas para lograr el éxito de mi profesión, y a la UDLA; Universidad en la cual me eduque y que ha sido pionera en el Rescate de los Sabores del Ecuador enseñándome que primero es lo nuestro.

A mi tutor, a mis amigos y colegas porque todos formaron parte de este gran pasó dentro de mi formación profesional.

RESUMEN

Este proyecto se encuentra localizado en las provincias de Chimborazo, Tungurahua, y Bolívar; en La Reserva de Producción Faunística Chimborazo.

Esta reserva recibe un sin número de turistas al año, lo cual hace necesario crear lugares donde puedan alimentarse y hospedarse.

Quiero recalcar, que no solo es un proyecto pionero por utilizar los puntos clave del plan de tour 2020 y donde el alojamiento, comida y bienestar de nuestros turistas nacionales y extranjeros se vean también reflejados en el cuidado del medio ambiente, en la utilización de elementos renovables y ecológicos como también un servicio y un trabajo conjunto con la comunidad.

ABSTRACT

This project is located in the provinces of Chimborazo, Tungurahua, and Bolivar in the Chimborazo Wildlife Reserve.

This reserve received a number of tourists per year, making it necessary to create places where they can eat and stay.

You have to understand, it is not only a pioneering project to use the key points of the plan 2020 tour where accommodation, food and welfare of our domestic and foreign tourists look also reflected in the care of the environment, the use of renewable and ecological elements as a service and working together with the community.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO I Planteamiento del tema	1
1.1 Introducción	1
2. CAPÍTULO II. Administración y Planificación del Proyecto	2
2.1. Resumen Ejecutivo	2
3. CAPITULO III	28
3.1. Ubicación Del Proyecto (Planta)	28
4. CAPITULO IV	35
4.1 ANÁLISIS FINANCIERO.....	35
REFERENCIAS:.....	38
ANEXOS	40

1. Capítulo I Planteamiento del tema

1.1 Introducción

Actualmente nos encontramos con la necesidad de crear una conciencia social, en la conservación de las Reservas del Ecuador, ingresando así a las nuevas tendencias dentro del turismo renovable. Desarrollar nuevos productos y servicios en nuestra propuesta dentro de la reserva faunística del Chimborazo, la percepción del turista hacia un turismo de descanso y de deporte pero sobre todo a ofrecer beneficios de A&B y alojamiento para el bienestar de los mismo.

De esta manera se propone este Restaurante Alojamiento Sierra Gourmet la posibilidad de intervenir dentro y a los alrededores de la reserva faunística del Chimborazo, ubicado en la zona andina de nuestro país. Dependerá mucho del impacto que genere este proyecto para ser construido y utilizado y de los permisos requeridos para poder operar como un servicio para el bienestar del turista nacional y extranjero. El objeto es utilizar espacios adecuados manteniendo la conservación de fauna y flora sin impactar al ambiente aprovechando recursos renovables y que se encuentren en el lugar.

Al implementar un negocio ayudamos no solo a mantener un turismo equilibrado sino que también aportamos al turista un lugar tranquilo y pasivo acorde a la necesidad del mismo. La capacitación y la ayuda con plazas de trabajo para la zona serán también tomadas en cuenta.

2. Capítulo II. Administración y Planificación del Proyecto

1.- Resumen Ejecutivo

La Reserva de Producción Faunística Chimborazo, se encuentra localizada en las provincias de Chimborazo, Tungurahua, y Bolívar.

Establecida a fines de la década del 80, con el fin de aplicar un programa de manejo y preservación de especies camélido andinos. Además proteger los páramos herbáceos y secos que rodean al volcán Chimborazo y el Carihuairazo. Encontramos especies endémicas como es el cóndor, las cuales se ven seriamente amenazadas y en peligro de extinción.

Esta Reserva cuenta con un almacenamiento de agua para las comunidades que se asientan en su alrededor, el Chimborazo provee de agua a los valles de los ríos Chimbo, Chambo y Ambato.

La reserva está habitada por indígenas de los pueblos Puruhá, Waranka y Quichuas del Tungurahua, todos de la nacionalidad Quichua, descendientes de los antiguos pobladores Puruháes e Incas. Un 80% de la misma está en manos de organizaciones comunitarias y unos pocos propietarios privados. Estas comunidades realizan actividades agrícolas utilizando técnicas todavía artesanales como el arado, yunta; cultivan cereales y hortalizas y también desarrollan actividades ganaderas. Se dedican también a pequeñas elaboraciones artesanales como son los ponchos, shigras, prendas, entre otros.

Hace dos décadas el Ministerio de Agricultura implemento el programa de manejo de camélidos andinos como son las llamas, alpacas y vicuñas, hoy en día se planifica interactuar con las comunidades, para implementar planes de turismo.

Esta reserva recibe un sin número de turistas al año, lo cual hace necesario crear lugares donde puedan alimentarse y hospedarse.

2.- TIPO DE EMPRESA

La empresa debería pertenecer al sector terciario, dentro del turismo ecológico, en la categoría hotelera la cual se dedicara a la actividad de: hospedaje, alimentación y bebida, organización de rutas turísticas con eco guías, eventos, capacitación y plazas de trabajo dentro del sector. Deberá ser una pequeña empresa privada la cual operara bajo la figura de persona natural.

Su ubicación se encontrará a los alrededores de la reserva faunística del Chimborazo y será un hotel eco turístico con la nueva tendencia del turismo alternativo, enfocado a privilegiar la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge y sensibiliza a los viajeros. Siendo este un turismo ético primordial deberá crear el bienestar de las poblaciones locales. Está enfocado en los turistas con inquietudes ecológicas (eco turistas científicos, especializados, casuales), turistas naturalistas, campistas, y turistas duros de montaña. Brindará a los clientes huéspedes una estadía de confort y cuidado ambiental con los servicios requeridos para sus diferentes actividades locales.

3. ACCIONISTAS

Los accionistas del hotel deberán ser personas naturales. El hotel eco turístico se desarrolla como un proyecto nuevo en base a las necesidades de los clientes y sobre todo fijándose en proyectos de otras reservas ecológicas de montaña como es la del Cotopaxi. Deberán contar con el respaldo del ministerio del ambiente para su capacitación cuidado y manejo dentro de la reserva y trabajar conjuntamente con capacitaciones de información del ministerio de turismo. Los accionistas deben contar con la preparación académica de hotelería y turismo y con experiencia profesional de algunos años dentro de la industria.

4. LA ADMINISTRACIÓN

La administración deberá ser controlada por los dueños o propietarios y ejecutada por personas expertas en administración de hoteles o de A&B, control de personal, manejo de costos eficientes, capaz de brindar capacitaciones al personal y de optimizar los recursos al 100%.

Las principales estrategias de administración a realizarse deberían ser:

- 1. Estrategia de enfoque:** Direccionar al hotel restaurante con un posicionamiento dentro de la reserva faunística del Chimborazo, como uno de los lugares primordiales que brinda la expectativa al cliente y que sea uno de los primeros y mejores del lugar obteniendo así un 60% de ocupación constante.
- 2. Administración de calidad:** Una vez que el cliente tiene nuestro valor percibido, el hotel restaurante ecológico, se preocupará por mejorar y añadir los conceptos de calidad y bienestar, donde la capacitación de nuestro personal será imprescindible ya que debemos responder y superar las expectativas y necesidades de los mismos.
- 3. Estrategia de nicho diferenciada:** El enfoque de esta estrategia dentro del hotel será concentrarnos con los turistas que visitan la reserva faunística del Chimborazo ofreciendo el producto y el servicio adecuado y a la necesidad del alojamiento y la comida, donde la ventaja competitiva será superar las expectativas y gustos de nuestros clientes, lográndolo con el ambiente, con la excelencia en la atención, y la experiencia que nos diferenciará sobre todo de la competencia.

5. ORGANIGRAMA

Para los recursos humanos y manejo del restaurante se establecerá el siguiente organigrama:

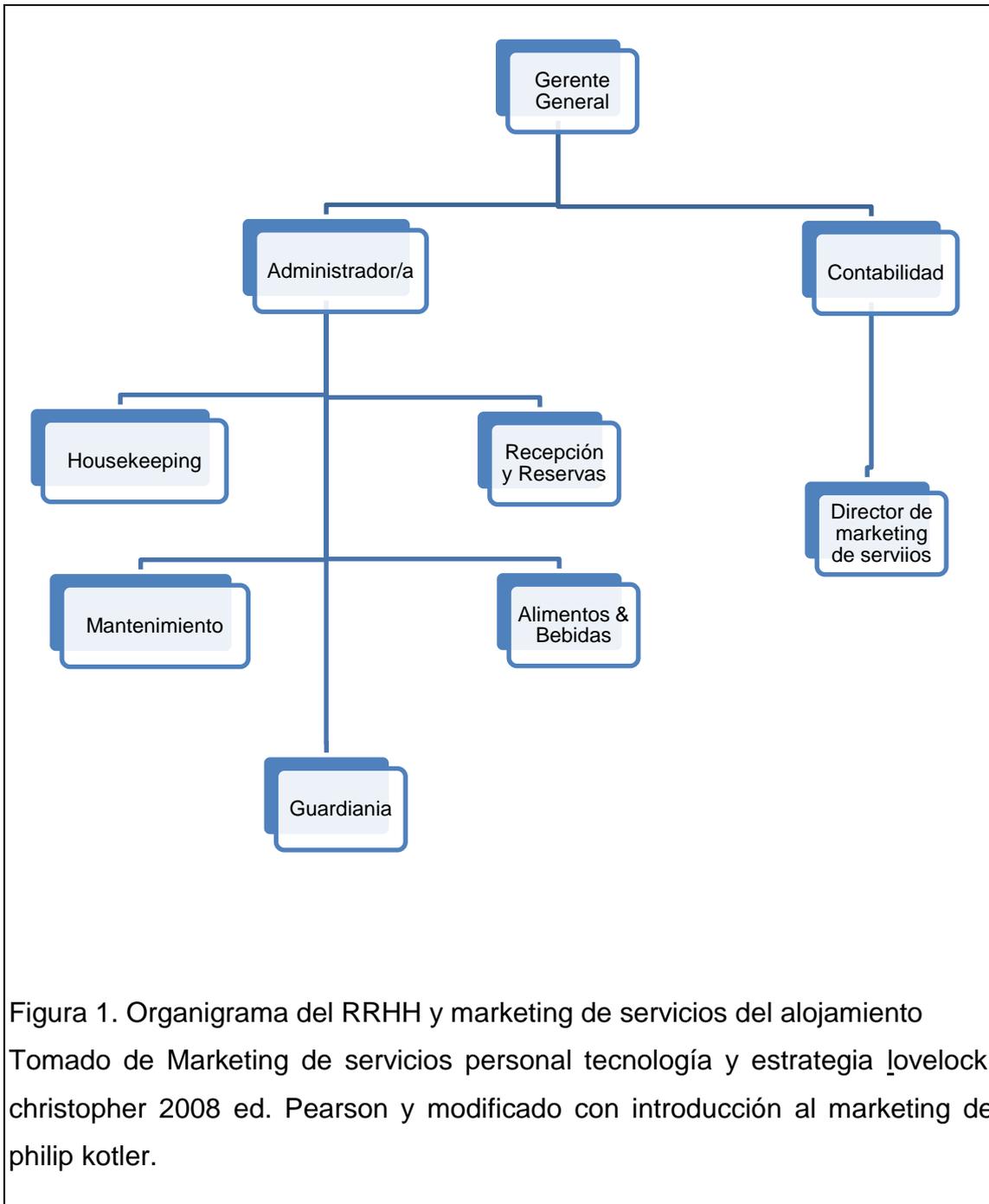


Figura 1. Organigrama del RRHH y marketing de servicios del alojamiento Tomado de Marketing de servicios personal tecnología y estrategia Lovelock, Christopher 2008 ed. Pearson y modificado con introducción al marketing de Philip Kotler.

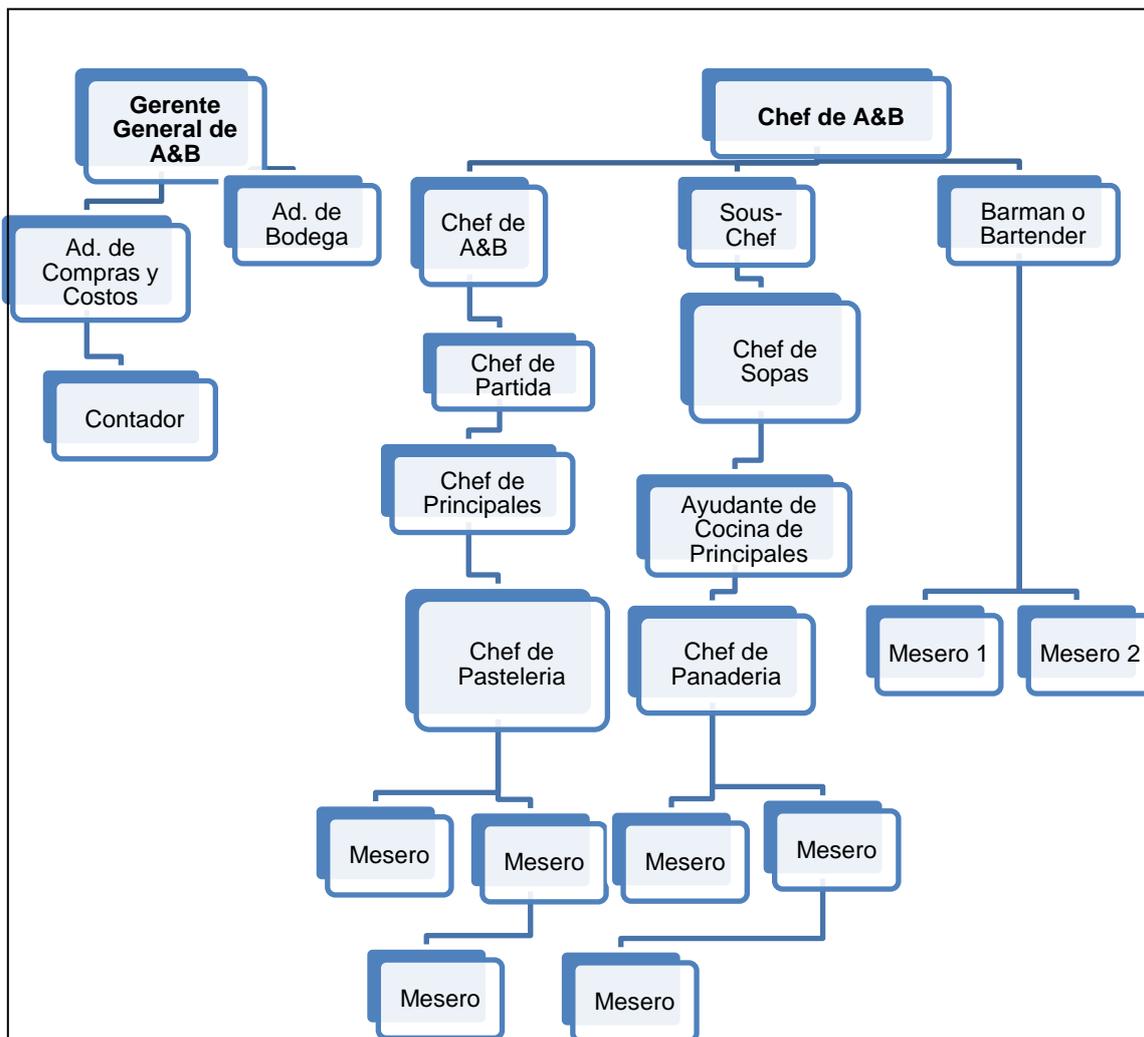


Figura 2. Organigrama de alimentos & bebidas
Adaptado de Astrid & Gaston restaurante.

6. DISTRIBUCIÓN DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:

Las personas propietarias deberán encargarse no solo del manejo de recursos humanos, sino también de la toma de decisiones, el progreso e identificar los problemas para que puedan implementar soluciones rápidas y efectivas.

Este hotel restaurante eco turístico deberá tener la función de promover y comprometerse a brindar plazas de trabajo con la capacitación adecuada para ingresar en su proyecto.

Como presentamos en el organigrama el gerente general se encargara y será responsable de todo el manejo del hotel, donde el administrador deberá darle un informe y controlar el departamento de housekeeping, a&B, recepción, reserva en general, ventas directas e indirectas. Los contadores conjuntamente con el director de marketing de servicios regulará y ayudará a brindar mejores resultados y trabajando en conjunto para mejorar el restaurante y el hotel en servicios y cuentas. El alimento del hotel, el medio de transporte, las salidas ecológicas con guías deberán ser manejadas por personas responsables y con un mínimo de experiencia base para rendir cuentas al administrador.

El departamento de A&B deberá estar comandado por el Chef ejecutivo con un sous Chef, quienes se encargaran no solo del manejo de cocineros, meseros, y barmas del área de restaurante y áreas de eventos. Se debe asignar un Jefe de Chefs (sous chef), un Jefe de camareros, un Jefe de Bar, y un Jefe de eventos.

Garantizar la seguridad de los turistas en los senderos con guías aptos para el servicio y con gran experiencia. Y la seguridad de sus alrededores trabajo conjunto con guardabosques, policía y sobre todo tener seguridad dentro del medio.

7. PLAN ESTRATÉGICO

7.1 Misión-Visión y Objetivos Estratégicos

1. Misión:

La misión será satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, preservando la fauna y flora típica de la Reserva del Chimborazo, para lo cual se deberá implementar un servicio gastronómico tipo gourmet, exponiendo así la gastronomía propia de la sierra ecuatoriana en su más alto concepto, nuestra prioridad es ofrecer un concepto inusual, único y diverso, acogiendo las áreas de alimentos, bebidas y alojamiento como base sustentable del turismo a

conciencia; de esta manera brindar bienestar, tradición, confort y calidad; al turista nacional y extranjero, gracias a la armonía y a la vitalidad de actividades que brinda la zona.

2. Visión:

Ser reconocidos no solo como un restaurante ecológico gourmet de cocina serrana, sino también brindar un espacio de alojamiento sólido y profesional, con principios y calidad humana, comprometidos con el medio ambiente. Ofrecer servicios y productos de excelencia sin dañar la fauna y flora de la zona, lograr ser altamente productivos, innovadores, competitivos y dedicados plenamente a la satisfacción de nuestros clientes como son los turistas nacionales y extranjeros. Brindar plazas de trabajos y trabajar con la comunidad dentro de la responsabilidad y capacitación social. Formar parte de la reserva para crecer y ayudar mutuamente a mantener un recurso vivo con seguridad y conciencia.

3. Objetivos estratégicos:

Los objetivos son el planteamiento del proyecto para que así en un futuro a corto o a largo plazo sea factible dentro de la medida posible.

Los objetivos a largo plazo que se deberán cumplir serán económicos y estratégicos:

- **Económicos:** aumentar el rendimiento del capital invertido para recuperar a corto plazo, acelerar el crecimiento de los ingresos, para ensanchar el margen de utilidad, para así obtener costos fijos y operativos con eficiencia y que nuestra base de ingreso cada vez aumente y se amplíe en todo ámbito.
- **Objetivos estratégicos:** Ser uno de los primeros pioneros en la alimentación y hospedaje dentro de la reserva faunística del Chimborazo

para diferenciarnos dentro de la competencia con los servicios, productos y cuidados del turismo y del turista. Crear plazas de trabajos y apoyar a las comunidades con capacitaciones. Fortalecer la alianza con los turistas para que sean porta voz de nuestro servicio. Crear servicios personalizados con las compañías turística, con la reserva faunística para así acoger a los clientes. Mejorar constantemente y crecer en el ámbito de calidad y servicio.

8. La ejecución

Una estrategia de desarrollo de diferenciación y de la ventaja competitiva es crear conjuntamente con el turista una familiaridad constante, donde su estadía y servicio de A&B sea como sentirse en casa con la naturaleza, que se familiarice con ella y que se innove y se escuche la necesidad que hacen que los turistas se sientan en casa.

Se debe asignar una vez al invertir en este proyecto la función de un presupuesto principalmente para el área de A&B, luego del manejo del hotel.

El gerente propietario deberá crear una estructura funcional en un alto grado centralizado y controlar todas las actividades, creará incentivos para mantener a los empleados y nuevas iniciativas y compromisos con todo el personal.

Si en algún momento el proyecto se beneficia siendo viable y rentable se deberá realizar una operación con una planeación continua y permanente durante el primer año y luego se verá conforme las necesidades que existan.

Creación de Estrategias



Figura. 2 Estrategias de diferenciación frente a la ventaja competitiva

9. Control del proyecto:

El restaurante y hotel, deberá ser una organización pequeña, donde la cultura, la capacitación, la implementación de las plazas de trabajo, las recompensas y los límites de los miembros de la empresa deberán llevar a cabo. Todos deberán conocer los objetivos de la empresa y cumplirlos.

La excelencia y calidad debe ser entendida y dirigida con constancia, se debe trabajar en equipo y cuidar al mismo donde la gente se sienta comprometida directamente con la empresa y realice todo sin perder las iniciativas con incentivos.

Dentro de una reserva faunística como es la del Chimborazo el control no solo del dueño de la empresa sino también de las normativas y apoyo conjuntamente con el ministerio del turismo y del ambiente desarrollará un desempeño formidable ya que lo que se creará será un espacio que respete la naturaleza un espacio eco turístico con bienestar y conciencia y que sobre todo se tome medidas y decisiones conjuntamente para el aporte del lugar, así la administración trabajará conjuntamente con el medioambiente, con el turista y mantendrá el régimen de las normas y leyes que existen dentro del ecoturismo y de la reserva.

B. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN:

Atributos de los productos:

- * La calidad en servicio y alimentos tanto como en comida deliciosa y saludable brindando también una gran variedad en los platos que ofrecemos de la sierra.
- * Nos caracterizamos por ser un servicio de A&B y hospedaje, es decir un lugar eco turístico donde los viajeros buscan la paz, tranquilidad y la práctica del deporte o del lugar, no solo brindar servicios de comida y hospedaje si no también experiencia.

* El estilo que tenemos es único ya que está dirigido a nuestro target, donde pasen un momento alegre, divertido, armónico, único y distrayéndose un poco de las labores cotidianas y de la ciudad.

Marca

Nuestra marca es eco turístico donde llevamos a cabo las normas del ecoturismo, donde queremos ayudar al plan de tour y sobre todo en brindar un nuevo servicio dentro de una reserva no explotada adecuadamente. Aportando al desarrollo de la comunidad. Y crear bienestar en los turistas.

Empaque:

Nuestro empaque ya que somos un servicio no un producto sería la forma en que nuestros consumidores nos ven, en este caso sería como un hotel restaurante diseñado acorde a lo que nos rodea usando los recursos dentro de los recursos del páramo y sobre todo con amplios servicios dentro de la montaña con una conciencia sobre el ecosistema, el respeto y sobre todo el cuidado del mismo.

1. Análisis de Mercado

Dedicado a turistas nacionales y extranjeros, donde sus gustos y preferencias son disfrutar un alojamiento acorde a la montaña, comer sanamente, rutas con guías y seguridad, hospedaje en familia o entre amigos buscan diversión y tranquilidad sana compartiendo con sus amigos y familiares ambientes distintos y únicos.

Generalmente los turistas no tienen tiempo de salir de la rutina brindar así en pocas horas un lugar de relajación, distracción, paz y gozo para que así puedan disfrutar en familia fuera del estrés de la ciudad.

<p>Quien nos inspira? Lugar de Encuentro? TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS 18-25 años 26-45 años Instalación dentro de la reserva del Chimborazo. Sus actividades como es el deporte, el descanso, el conocer nuevos lugares y atractivos turísticos hacen que busquen un servicio de A&B y hospedaje con gente que también guie adecuadamente su ruta. Actividad social sana, que brinda confort y relajación..</p>	<p>Hábitos: Comer fuera de la ciudad. Visitar nuevos lugares turísticos. Viajar fines de semana cerca de la ciudad. Practicar varios deportes de montaña o con la montaña. Realizar visitas de relajación, científicas, amigos etc.; y disfrutar de momentos agradables al compartir un plato. Realizar rutas y caminatas.</p>	<p>Nuestra empresa se elegirá por: Por ser única. Por crear un ambiente divertido de relajación donde se practican deportes, de compartir en familia. Porque es natural y cerca de la ciudad con varias carreteras para su llegada.</p>
<p>Nuestra categoría es la número uno ya que ayudamos a: Comer Sano. Mantenerse en un lugar agradable respirando aire puro. Diversidad de estilos y cambios continuos en cada turista que visita el lugar. Dentro de un lugar innovador como es nuestro restaurante y hotel. En un estatus medio alto-medio típico y medio bajo. Nuestra competencia deberá ser por el momento el refugio pero muy probablemente lugares cerca de los alrededores.</p>	<p>Lugar Reserva Faunística del Chimborazo.</p>	<p>Consideraciones de los turistas frente a sus necesidades: Un lugar nuevo y con las exigencias de los clientes que es un lugar donde quedarse, comida, momentos en familia, guías conocer más el lugar. Que respete el medio ambiente, ecológico, que puedan tener la confianza de empezar a conquistar la montaña con un deporte y sobre todo que mirar el desarrollo sin afectar a este hermoso lugares como es la reserva faunística. Partir con amigos y familiares disfrutar del ambiente de momentos gratos y volver como una segunda casa.</p>
	<p>La gente come típicamente comida serrana en la montaña y busca un hospedaje tranquilo y confortable.</p>	

Figura. 3 Analisis de mercado

Adoptado de Philip Kotler.

Las encuestas realizadas presentan un 89% por ciento de aceptación sobre el proyecto, donde están de acuerdo en la conservación del ecosistema con el servicio eco turístico ofrecido tanto del restaurante y su infraestructura; el 7% no conoce el lugar ni le interesaría ir por el tiempo de ocupación o distancia y el 4% se descartó por el desinterés del tema.

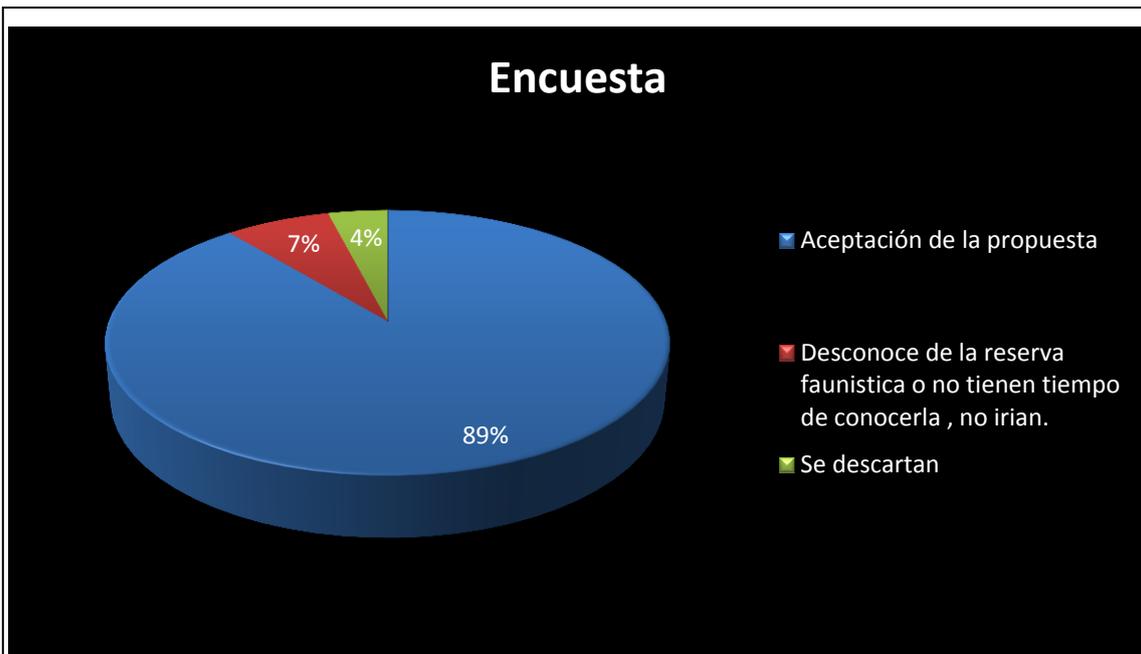


Figura. 4 Encuestas y su porcentaje de aceptación

Adaptado de Metodología de Titulación en revisión de cada encuesta con Juan Calvache.

El focus group nos ayudó, a mantener una idea del entorno, para brindar los servicios principales de alimentación, bebida y hospedaje pero sobre todo en mantener las raíces andinas, la preservación y conservación, la creación de un huerto, compartir deportes extremos con seguridad, comida típica saludable entre otras cosas. Apoyo y aporte al proyecto con ideas y sobre todo con mejoras del mismo.

2. Macro Entorno

La organización mundial OMT (Organización Mundial del Turismo), crece cada año y esto representa más de un tercio del total del comercio mundial de servicios. La llegada internacional del turismo en el 2012 fue de un 4% y

alcanzaron los 1.035 millones. En el 2013 se espera un crecimiento que mantenga un ritmo ligeramente equilibrado a largo plazo.¹

También tomamos en cuenta al gobierno ecuatoriano que a través del Ministerio de Turismo, ha implementado nuevos proyectos para el desarrollo del mismo y sobre todo donde se anhela conseguir con el turismo que sea; una de las principales divisas de ingreso que aporta al desarrollo del país, entre estas tenemos el PlandeTur 2020, planificación de oportunidades de financiamiento como es la CFN y con el objetivo de alcanzar un 10% de PIB en los siguientes años, ya que en el 2010 obtuvimos un 7%.²

La gran variedad de atractivos turísticos, fauna y flora, destinos, actividades y nuevas tendencias hacen que el turismo experimente nuevos cambios y sobre todo que incremente un 8% desde el 2009 de América cree un auge en los siguientes años.

Existe una creciente inversión de activos fijos en el turismo del Ecuador, gracias a la demanda y retorno del capital de los turistas los cuales están interesados en conocer, visitar y sobre todo encontrar una infraestructura adecuada.

En ventas del turismo 2012 y 2013 tenemos un incremento altísimo, y más aun con la nueva llegada del nuevo aeropuerto en 2013 de Tababela; es así que gracias a La Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, podemos tener los nuevos datos estadísticos de interés en el sector turístico como es el siguiente:

EL INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR



Figura. 5 Tabla de ingresos de extranjeros año 2012-13

Tomado de: Fuente Grafico 1 ingreso de extranjeros al ecuador 2012-2013 de Enero puede verlo en <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html#descarga> o en la página del MINISTERIO DE TURISMO <http://indestadistica.sni.gob.ec/>¹ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR 2009 DATOS DE INVESTIGACIÓN. 2 PLANDETUR 2020 MINISTERIO DE TURISMO (PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR HACIA EL 2020. MINISTERIO DE TURISMO DIC 2007 DOCUMENTO COMPLETO, PLANDETUR.PDF ADOBE READER. 2 OMT ORGANIZACIÓN DEL TURISMO 2012 BAROMETRO DEL TURISMO 2012 DISPONIBLE EN INTERNET: [HTTP://MKT.UNWTO.ORG/ES/NEWS 1-2-3](http://mkt.unwto.org/es/news-1-2-3)

Es así desde el mes de enero del 2013 al Ecuador, han llegado un total de 130.842 extranjeros, comparado al año 2012 un aumento de visitantes de 127.119 en el mismo mes.

La salida de ecuatorianos al exterior:



Figura. 6 Tabla de salida año 2012-3 de ecuatorianos

Tomado de: *Fuente Grafico 2 salida de ecuatorianos durante 2012-2013 Enero.* <http://indestadistica.sni.gob.ec/>¹ MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR 2009 DATOS DE INVESTIGACIÓN. 2PLANDETUR 2020 MINISTERIO DE TURISMO (PLAN ESTRATEGICO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR HACIA EL 2020.

En el mes de enero del 2013 salieron del país un total de 79.108 personas, y en enero del 2012 tan solo salieron un 77.598 ecuatorianos.

En junio de 2012, en el Auditorio de la Casa de la Provincia de Chimborazo, se desarrolló uno de los primero encuentros con profesionales del sector turístico y operadores del turismo sostenible. Esta iniciativa es para el desarrollo del sector turístico tanto cantonal como provincial. Plan provincial y cantonal que desarrolla un comité con el fin de obtener mejores resultados en el turismo de la provincia con profesionales del turismo sostenible.

El interés turístico está rodeado por principal atractivo el volcán Chimborazo y sus alrededores, también encontramos la cultura de los andes.

3. Producto

Establecer ventajas competitivas:

Ya que no tenemos una competencia dentro de la reserva podemos identificar lo siguiente en un futuro y teniendo en cuenta la competencia de las otras reservas:

DIFERENCIACIÓN	PRODUCTO	RESTAURANTE ACORDE AL ENTORNO TRABAJO CON LA COMUNIDAD AMBIENTE
	CALIDAD	TECNOLOGÍA Y PRODUCTOS RENOVABLES SERVICIO CAPACITACIÓN INSTALACIONES ATENCIÓN AL CLIENTE

Figura. 7 Ventajas frente a la futura competencia

La propuesta del proyecto de restaurante dentro de la reserva faunística del Chimborazo deberá proveer alimentos sanos y bebidas, y estará enfocado en las necesidades del turista con el ambiente. Tanto turistas nacionales y extranjeros deberán obtener productos netamente ecuatorianos, sobre todo de calidad cubriendo la necesidad del entorno frío de páramo. La tradición en la comida típica ecuatoriana de la sierra enfocada a lo gourmet y sobre todo sin perder las raíces de la comida típica de la zona.

La decoración y ambientación del lugar deberá ser conforme se enfoca la cultura andina del páramo, sobre todo con una temática que aplique en el menú sierra. Pero sin olvidar que lo que intentamos es no romper esquemas de lo que tenemos en nuestro alrededor un lugar donde el turista, se sienta confortable y que no se sienta en la ciudad sino en un lugar desarrollado a su entorno.

4. Características del Producto

4.1 Características del Producto de Restaurantes:

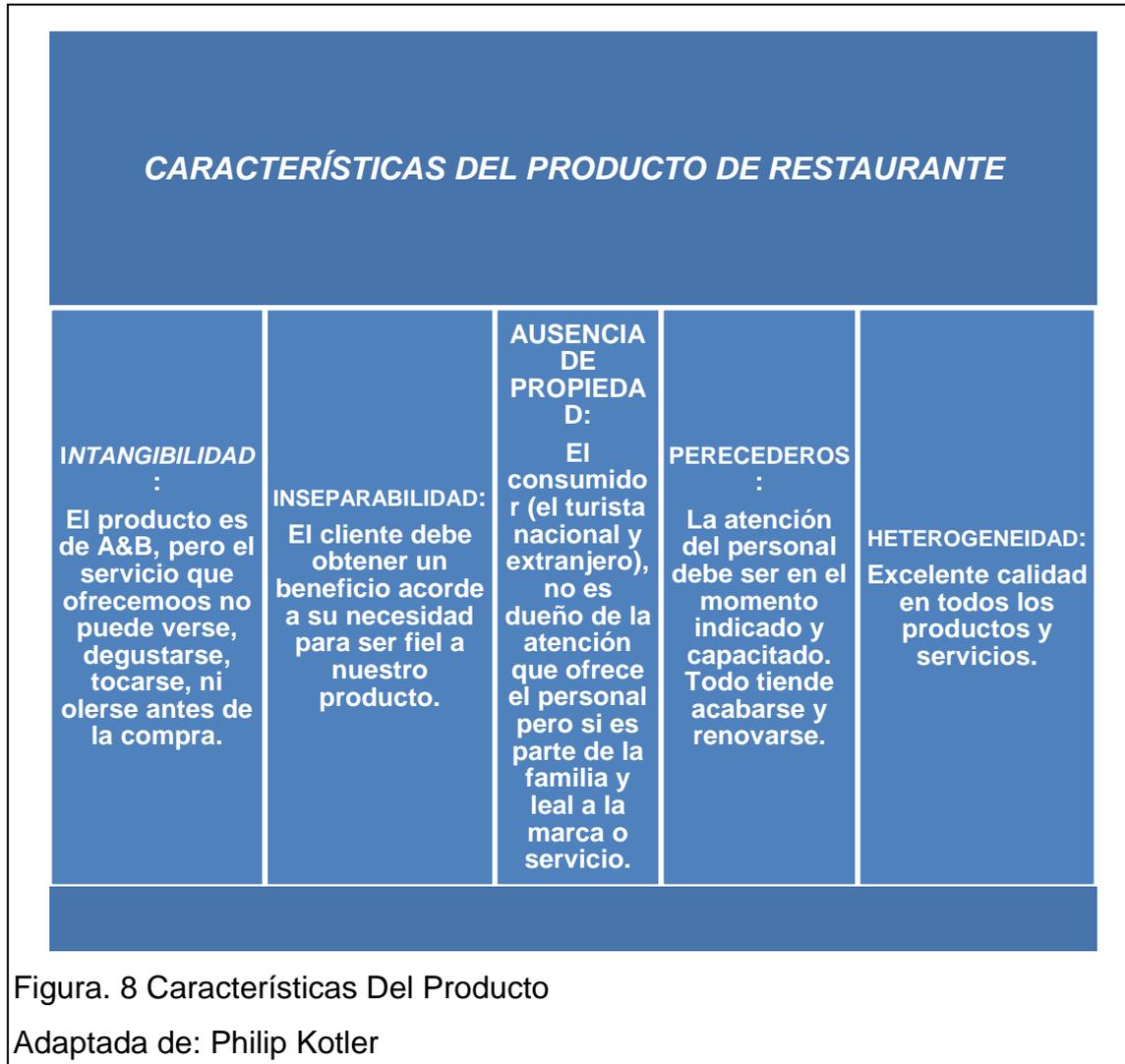
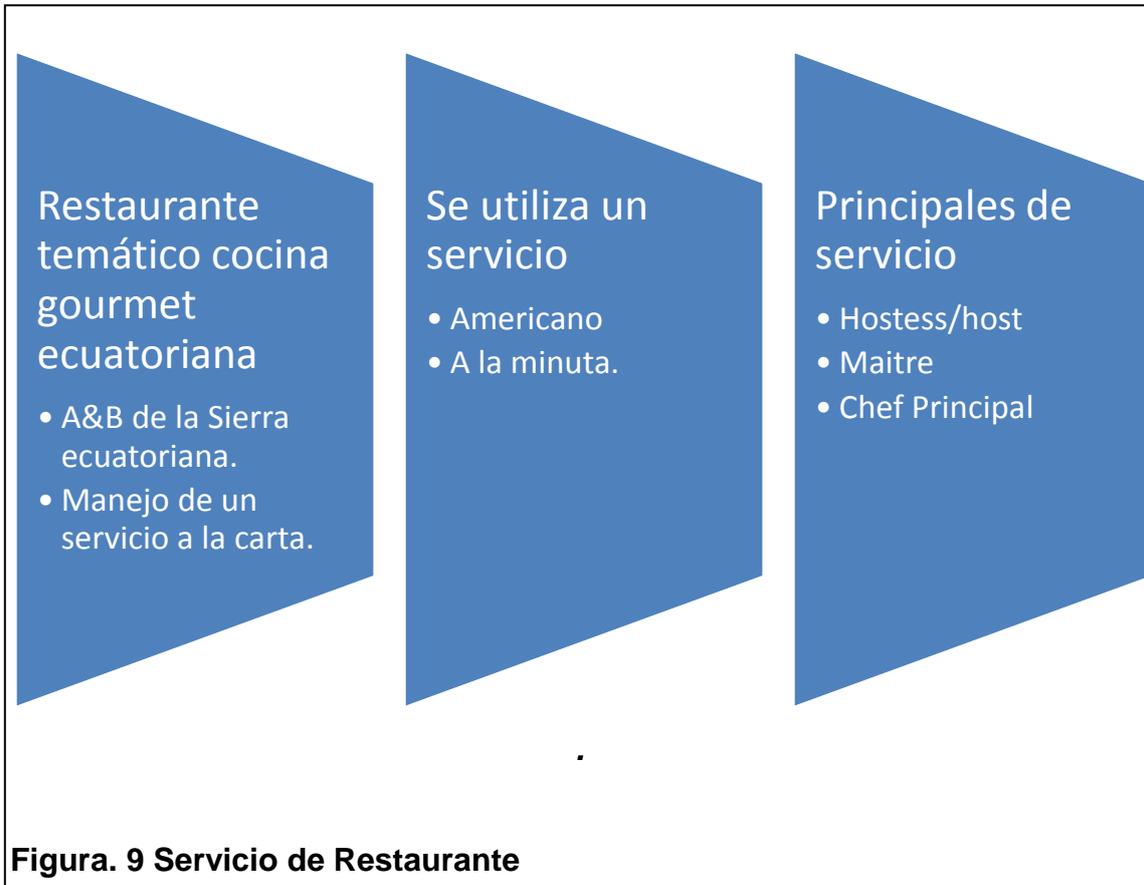


Figura. 8 Características Del Producto

Adaptada de: Philip Kotler

4.2 Características del Servicio de Restaurantes:



5. FODA:

<p>FORTALEZAS</p> <p>Nuevo producto dentro de la reserva del Chimborazo. Comida 100% serrana gourmet. Ambiente acorde al entorno. Calidad. Disfrute de actividades de montaña y paramo.</p> <ul style="list-style-type: none">•Se puede establecer los atributos del entorno, sin dañar ni afectar el ecoturismo de la reserva con comida y hospedaje para los turistas.
<p>DEBILIDADES</p> <p>Ubicación Frío de Páramo</p> <ul style="list-style-type: none">•Para entrar a la reserva:•Sistema de calefacción.•Material para servicios básicos.
<p>AMENAZAS</p> <p>La entrada de competidores. Turistas con límite de entrada. Vías en mal estado.</p> <ul style="list-style-type: none">•El límite de turistas al ingreso de la reserva faunística.•aprovación para el diseño
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Nuevos en el mercado. Pioneros de la tendencia gourmet ecuatoriana. Demanda de turista para un proyecto de A&B y hospedaje.</p> <ul style="list-style-type: none">•Posicionalmiento como el mejor proyecto dentro de la reserva de A&B y estadía.

Figura. 10 TABLA FODA

6. Elementos del Productos.

A continuación se detallara el menú para la propuesta del plan de restaurante de la reserva del Chimborazo:

♣ **DESAYUNOS:**

- 100% Ecuatoriano.
- Revisar Anexos Recetas Estándar.
- Mote Sucio con café de chuspa y Jugo de Guayaba
- Mote Pillo con café de chuspa y Jugo de Frutilla.
- Empanada de Yuca con café o chocolate y Jugo de Piña.
- Torta de maqueño con café y Jugo de Naranjilla

♣ **ENTRADAS:**

- Locro de Queso
- Locro de Cuero
- Yahuarlocro
- Ají de Carne
- Empanadas de Yuca y/o Buñuelos de Yuca.

♣ **PLATOS FUERTES:**

- Llapingacho
- Guatita
- Seco de Chivo
- Hornado Ecuatoriano con Tortilla de agrio y ensalada.
- Papas con salsa de zapallo ensalada y cuy.

♣ **POSTRE:**

- Higos con queso
- Helados de los nevados
- Morocho

♣ **BEBIDAS:**

- Jugos naturales de frutas típicas del Ecuador: Tomate de árbol, Guayaba, Piña, Naranja, Frutilla.
- Agua natural o con gas
- Café
- Chocolate caliente
- Cerveza
- Pájaro azul cocteles con frutas ecuatorianas.
- Canelazo con licor de caña
- Chahuarmishqui

7. SEGMENTO DE MERCADO:

En el análisis de la demanda nos encontramos con la necesidad de un lugar que proporcione A&B y alojamiento, ya que el turista solo tiene el refugio del Chimborazo, el cual no proporciona un hospedaje ni comida para tantos turistas, es así que el consumidor turista nacional y extranjero espera un lugar donde puedan disfrutar del ambiente, tener un alojamiento, alimento y bebidas para mantener el bienestar de los turistas.

Es así como se puede observar en un reportaje del Chimborazo realizado en el comercio en el año 2010. Y se lo puede observar en la siguiente pág.:

http://www.elcomercio.com/pais/reserva-Chimborazo-ahora-atrae-visitantes_0_683331768.html

8. IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO:

Pruebas y desarrollo de servicio: Se deberá realizar pruebas para el servicio determinando así si es apto con la capacitación realizada y sobre todo el consumidor en este caso el turista nacional y extranjero que es nuestro mercado objetivo responde a esta prueba con satisfacción.

Pruebas de mercado: Se debe realizar capacitación dentro y fuera del restaurante con una constancia requerida por el mercado, así se entenderá mejor las necesidades que surgen en el transcurso del tiempo.

Comercialización: crear estrategias de ventas dirigidas no solo con nuestros turistas sino también con empresas de turismo y con el turismo de deportes de montaña.

Generadores de negocio: los principales son el restaurante de A&B, hospedaje, y camping.

9. PRECIO:

El precio deberá, ser establecido, en A&B, en hospedaje, en camping y en la excursión y viabilidad del deporte de montaña, con estrategias de mercado establecidas en la zona o de la provincia que luego generara una competencia.

FIJACIONES DE LOS PRECIOS BASADA EN LA COMPETENCIA:

Realmente nuestra competencia que sería dentro de la reserva, es escasa a más del refugio que se encuentra en nuestros alrededor.

Sin embargo la provincia de Chimborazo podemos encontrar los siguientes competidores, Hostería La Andaluza, Mansión Santa Isabella, Hotel Hacienda Abraspungo, Hostería Chimborazo, entre otros.

Por lo tanto la fijación de precios:

	Individual	Dobles-doble cama	Suite
<u>Hostería La Andaluza</u>	\$67	\$80	\$93
Mansión Santa Isabella	\$35-70	\$85	\$120
Hotel Hacienda Abraspungo	\$98.36	\$98.36	\$70.90
Hostería Chimborazo	\$45	\$65	\$75

Figura. 11 Tabla de representación de la competencia más cercana

- Se deberá fijar precios según el segmento que ocurra, en este caso habitaciones estándar, dobles y suite y el campamento.
- Se deberá aprovechar a los clientes o segmentos que deseen pagar adicionalmente por un servicio adicional.

FIJACIÓN DE PRECIOS BASADA EN LA DEMANDA:

Deberá usar se una estrategia en base a la percepción del cliente, frente al precio. Basándose en el valor de la adquisición fusiona como su bienestar donde determinan la calidad.

Mantener beneficios al cliente, para que se sienta familiarizado con el producto y sobre todo que vuelva con una frecuencia y sea parte de nosotros.

Estrategia de precios altos, para turistas potenciales y sobre todo por el desarrollo de percepción del servicio.

Descuentos en temporadas bajas, y desarrollo de promociones.

El marketing de relaciones con empresas turísticas, con deportes de montaña es esencial en este tipo de proyecto.

Para reservas y usos del restaurante será mediante redes sociales, pagina web y boca a boca.

Se tomara en cuenta referencias de los clientes con mayor índice de uso y se deberá llevar a cabo los datos cada cierto tiempo para ofrecer productos y que se sientan reconocidos. Para esto usaremos el sistema de registro de clientes. En la web la página llevara el logo de la empresa, comunicación e interacción con el cliente y deberá ser una página eficiente en búsqueda de lo que requieren.

Dentro de lo que son redes podremos obtener un marketing para que los clientes se unan y sobre todo les informaremos de los servicios.

La estrategia de distribución se realizara mediante compañías de viajes, dentro de la reserva y sobre todo con los turistas de deporte de montaña.

10. PROMOCIÓN:

La promoción tiene el compromiso de determinar una mezcla de estrategias no solo de publicidad y relaciones públicas sino también de marketing directo. La comunicación y el conocimiento del restaurante diferenciara al resto de lugares cercanos que se encuentran dentro del sector, nuestro objetivo será lograr que todos los clientes nos identifiquen pero sobre todo se identifiquen y pasen la voz del lugar.

La publicidad no será vallas publicitarias y las pocas publicidades dependerán del costo y el capital que invirtamos en ellas lo mejor es mantener una publicidad y relación con los clientes mediante la web y en redes sociales twitter, facebook etc.

- Publicidad en web
- Publicidad y promociones redes sociales.

- Publicidad a través del deporte de montaña.
- Publicidad a través de las agencias de viajes.
- Publicidad a través de socios y alianzas con el mercado nacional, llegando al mercado meta.

11. ELEMENTOS TANGIBLES:

La evidencia física es la estrategia, a través de elementos tangibles que logra un restaurante, en lo que respecta al ambiente, local facilidades físicas del establecimiento, los A&B que se expende, las habitaciones. Concepto Andino adaptado a una decoración acorde al entorno.

Toda la construcción, diseño y la decoración deberán tener coherencia con el medio que nos rodea, logrando evidencia física. Detalle como utilización de material propio como son de la zona: paja, adobe, para lo que es implementación y decoración la calefacción, menú, folletos, facturación, uniforme y vestimenta del empleado y personal, logos de la empresa, tarjetas. Productos del restaurante.

12. PERSONAL:

Calidad es lo que se busca sin perder la comunicación del servicio con el consumidor. El personal debe estar capacitado para ser más que eficiente ser la expectativa del mismo como un cliente, ponerse en los zapatos del cliente y sobre todo de entender para que ésta ahí. Deberá tener un incentivo para desarrollar un buen servicio que se lo deberá hacer semestralmente o en el tiempo adecuado que determine la empresa.

Es crucial el servicio con compromiso de entrega de un buen producto que proporciona al cliente bienestar.

La satisfacción del empleado es la satisfacción del cliente, la motivación es importante para el compromiso de servir con excelencia y calidad.

13. Proceso

Existen guías para realizar procesos, la capacitación del mismo y llevar procesos estándares en el ámbito como cocina ayudará al personal a mantener un mejor proceso de desarrollo de un producto con las debidas normas correspondientes al servicio de A&B, con respecto al servicio de habitaciones pues se deberá personalizar a cada uno con capacitaciones constantes. La calidad y resultado del producto dependerá de la interacción con el cliente, y de la capacitación de la empresa con el servicio.

3. CAPITULO III

C. ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO:

1. UBICACIÓN DEL PROYECTO (PLANTA)

El proyecto de restaurante y hospedaje dentro de la reserva faunística del Chimborazo, deberá ubicarse acorde a las normas del ministerio de turismo y a la preservación de la misma reserva. Si bien puede estar dentro de la reserva como en las cercanías dependerá del efecto que tenga en el estudio de impacto ambiental. Preservar la reserva con un turismo de conciencia es algo que lo estamos transformando hoy en día así que podemos decir que mientras este proyecto no afecte a la zona y vaya acorde a ella pues será un proyecto eco turístico renovable.



Figura. 12 UBICACIÓN DEL PROYECTO

TOMADO DE: Mapa vial y turístico del Ecuador | Fuente: Flyer del MinTur

Se ubicará en la provincia de Imbabura.

Adaptabilidad y convivencias físicas:

Adaptabilidad al clima con productos del mismo páramo para la construcción y alimentación. Proyección de capacitación para trabajar con las comunidades de la zona. Hay que recordar que la Reserva Faunística del Chimborazo se encuentra localizada en la Provincia de Imbabura.

La Reserva de Producción Faunística Chimborazo, fue creada el 26 de octubre de 1987. Cubre una superficie de 58.560 hectáreas localizadas entre las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Bolívar. El clima predominante es el frío de alto andino con variaciones de templado permanente húmedo a templado periódicamente seco, con temperaturas de entre 0 y 10 grados centígrados.

Al sur del volcán Chimborazo, la serranía de la Calera, su prolongación austral y el páramo de Puyal, están desprovistos de andesitas pliocénicas.

El cerro negro Yanarumi de 4.156 metros de altura, vecino del Chimborazo, exhibe los característicos. En el fondo del valle del río Totorillas, entre el Chimborazo y el Yanarumi, aparecen pizarras y areniscas cretáceas.

Al norte del Chimborazo y Carihuirazo, los mantos volcánicos del plioceno, cubren en variable extensión, las alturas de la cordillera Occidental.

En el cruce de ambos sistemas rupturados, surgió con violencia la actividad volcánica del pleistoceno, creando este impresionante conjunto volcánico.

Servicios básicos:

Los servicios básicos deberán ser creados como la cisterna de agua y ver acorde a la zona como elaborarlos. El servicio telefónico mediante celulares y redes mediante el mismo medio. El alumbrado, calefacción va acorde a la construcción y a los sistemas de implementación en los páramos si bien

podemos mencionar al Arq. Armando Deffis Caso, el cual hizo un estudio de varias zonas de algunos países en el ecoturismo para la construcción y bienestar en la montaña. La creación e implementación de energía solar, o eólica, nuevas tendencias con productos renovables ayudara al desarrollo del proyecto, en lo que respecta a productos básicos.

2. DISEÑO DE LA PLANTA:

La estructura en forma de choza ha sido elegida como la infraestructura del restaurante y sus alrededores. Esta idea resalta las raíces andinas de la Sierra ecuatoriana. Es la vivienda pre incaica de las culturas incas antes de la conquista española. Si bien los andes tenía viviendas hechas con piedra otras eran de paja y adobe es así que las diferentes comunidades andinas tuvieron distintos tipos de casa con materiales de piedra. Es ahora el rescate no solo de la cocina ecuatoriana sino de crear un lugar acorde al proyecto dentro de la zona. Por esto proyectamos una choza con comodidades actuales. La forma circular se introduce en la naturaleza sin romper el entorno, con materiales típicos de la zona especialmente paja y adobe para no producir un choque.

Esto creara adaptabilidad de la misma. Todo se genera en el centro y se distribuye luego en lo que es la zona de hospedaje y la zona de camping. Ser amigables con la naturaleza es lo que buscamos en este proyecto, sin ser agresivos con el entorno. El turista va a la reserva para encontrar algo acorde con la misma no a encontrarse con algo típico de la ciudad. Crear ese bienestar con confort en un diseño andino con la más alta tecnología y los productos renovables.

En el año 2010 ingresaron a la reserva 24.000 personas, promedio al mes de 66 personas estando ahora en el 2013 pensamos en un crecimiento de un 5% y a futuro de un 10% es así como pensamos en un lugar que tenga espacio para no 66 personas sino a un futuro recibir 80 personas.

Tenemos la primera entrada para parqueadero tanto de autos como un parqueadero para bicicletas, luego entraremos en el Lobby del alojamiento, luego en el centro tenemos el restaurante, en el ingreso el/la hostess, un lugar de espera, acceso a los baños en los lados laterales, en la parte de atrás la cocina el ingreso para bodega y descargas, y todo el centro rodeado de cuatro chimeneas para el servicio de A&B y en el bar.

Tenemos a los alrededores del restaurante las cabañas y en la parte de atrás de las cabañas un lugar para camping.

2.1 PLANOS DE LA PLANTA DISEÑADA

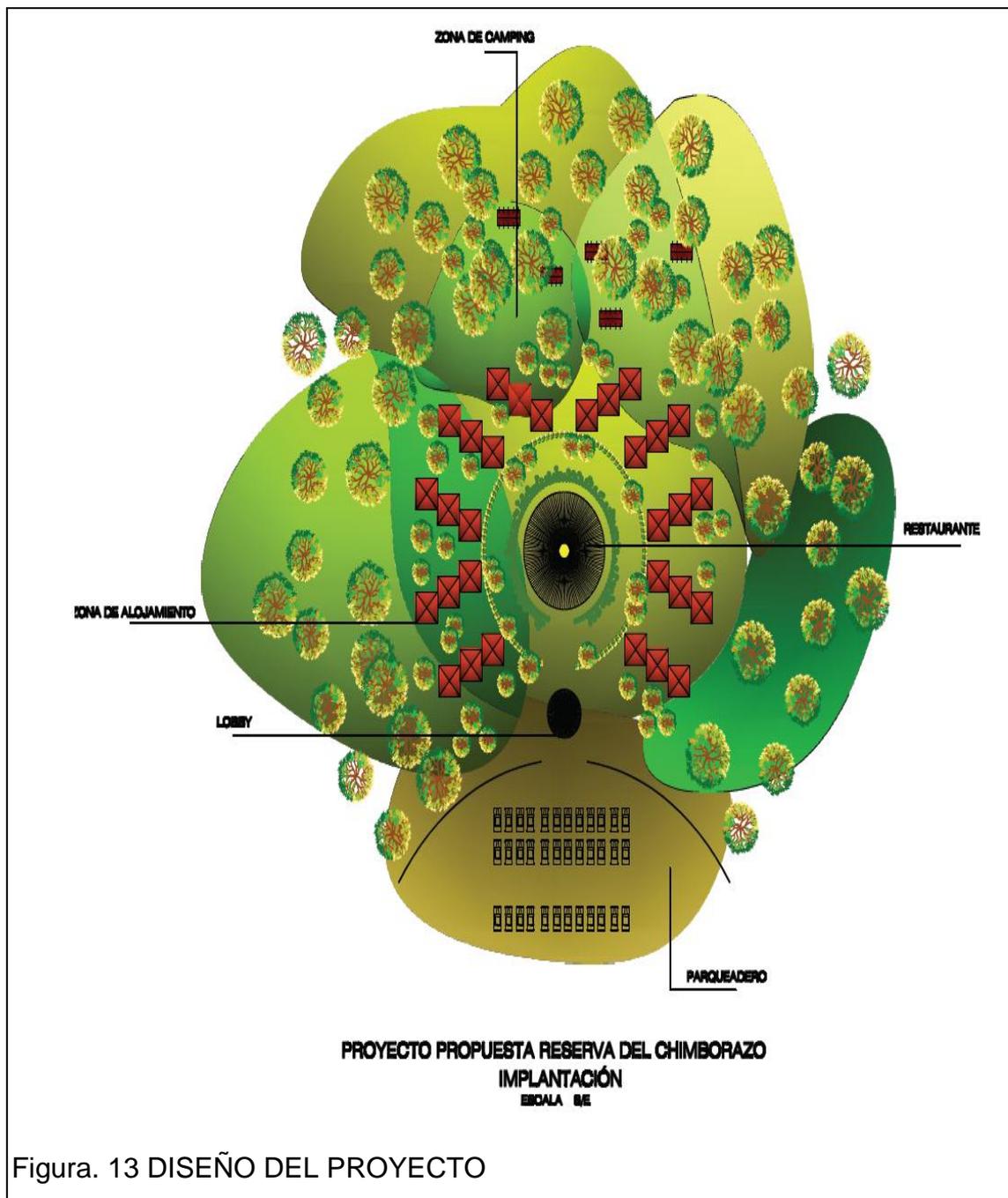


Figura. 13 DISEÑO DEL PROYECTO

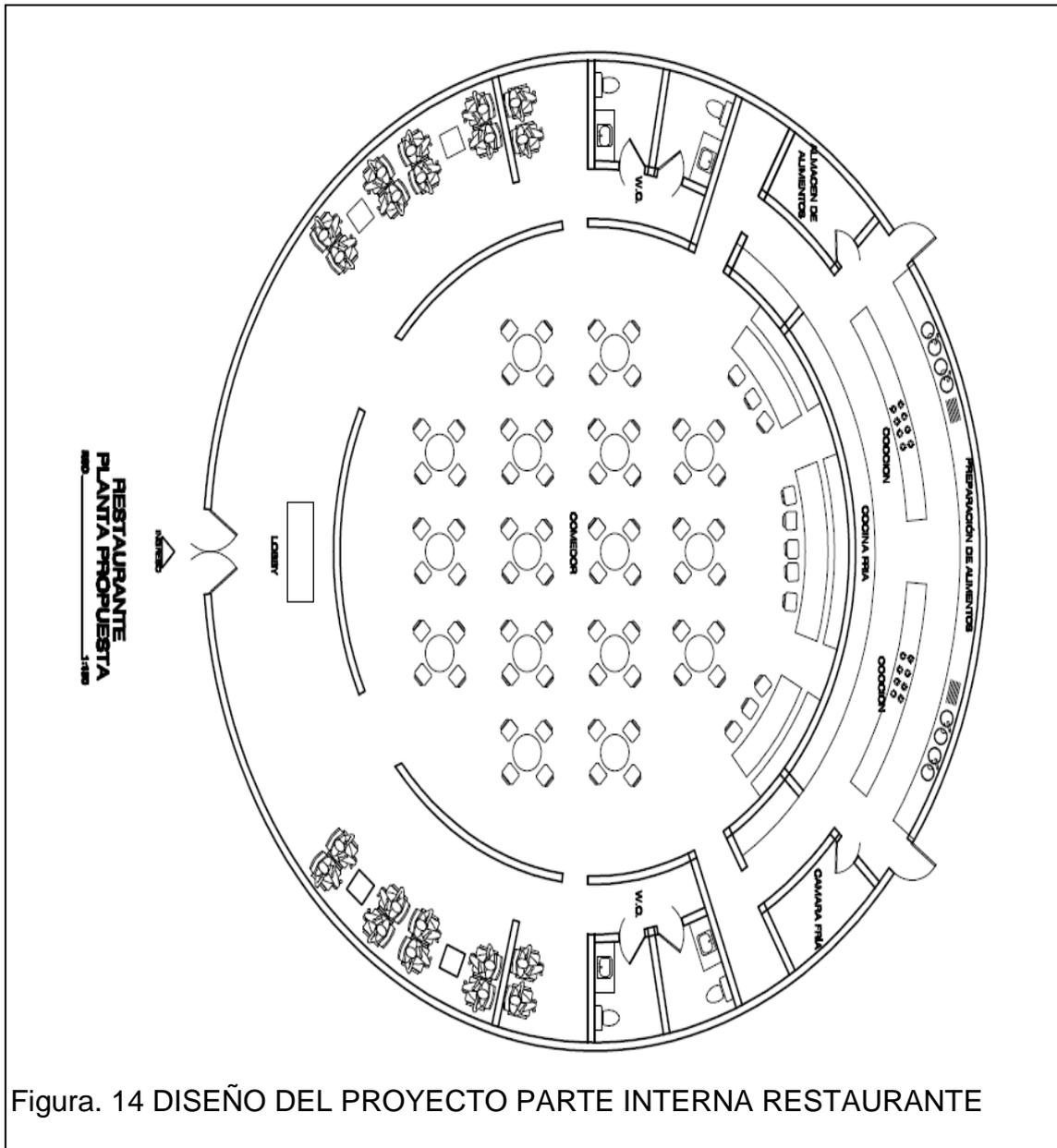


Figura. 14 DISEÑO DEL PROYECTO PARTE INTERNA RESTAURANTE

3. Costo de terrenos y obras civiles

Dependerá del lugar exactamente que permita el ministerio, la reserva faunística, y sobre todo el municipio de la zona.

4. Clasificación de tipos de equipos:

- Dentro de cocina tendremos:
- 1 Plancha
- 14 Hornillas
- 1 mesón largo de montaje.
- Un cuarto frío
- Una despensa
- Lavabos 4
- Equipamiento de cocina, horno e implementos de cocina desde sartenes hasta cuchillos, tablas etc.
- Un lugar para el personal donde pueda cambiarse.
- Mesas divididas para 80 personas.
- Sillas
- Menaje de un solo tipo de cubiertos
- Las mesas de vidrio

Un profesional de la construcción dará el presupuesto de esta construcción de este proyecto, bajo el análisis que este realice en cuanto a la ubicación geográfica y las necesidades planteadas en el proyecto.

4. CAPITULO IV

4.1 ANÁLISIS FINANCIERO

PREVIA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO:

PROPUESTA DEL PROYECTO DE RESTAURANTE SERRANO Y ALOJAMIENTO EN LA RESERVA FAUNÍSTICA CHIMBORAZO										
Evaluación Financiera		ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO								
Proyección en años :	10	Años	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
			1	2	3	4	5	6	7	8
# de Habitaciones	80		29.200	29.200	29.200	29.200	29.200	29.200	29.200	29.200
Standard	40		40	40	40	40	40	40	40	40
Dobles	32		32	32	32	32	32	32	32	32
Suites	8		8	8	8	8	8	8	8	8
Tarifa Promedio			\$30	\$32	\$34	\$36	\$38	\$40	\$42	\$44
Standard	\$39,99									
Dobles	\$44,50									
Suites	\$80,00									
% Ocupación			49,0%	49,0%	49,0%	49,0%	49,0%	49,0%	49,0%	49,0%
% Doble Ocupación			55,5%	55,5%	55,5%	55,5%	55,5%	55,5%	55,5%	55,5%
# de huéspedes			22.249	22.249	22.249	22.249	22.249	22.249	22.249	22.249
Restaurante - Cafeteria & Bar (No. de asientos)			80	80	80	80	80	80	80	80
No. Cubiertos Restaurante Externos			8.900	8.900	8.900	8.900	8.900	8.900	8.900	8.900
No. Cubiertos Restaurante Huéspedes			22.249	22.249	22.249	22.249	22.249	22.249	22.249	22.249
Vale Promedio (A&B)			\$20	\$21	\$21	\$22	\$23	\$23	\$24	\$25
INGRESOS			1.152.366	1.192.517	1.247.537	1.291.688	1.345.019	1.393.239	1.444.951	1.497.314
Habitaciones			429.240	450.702	466.472	510.796	543.704	570.889	600.898	630.983
Alimentos y Bebidas			622.970	641.859	660.909	680.736	701.159	722.193	743.859	766.175
Otros (teléfono, servicios)			100.156	100.156	100.156	100.156	100.156	100.156	100.156	100.156
COSTOS DIRECTOS			413.512	429.074	447.276	464.277	483.101	501.627	521.168	541.313
Habitaciones	15%		64.366	67.605	72.971	76.619	81.556	85.833	90.140	94.647
Alimentos y Bebidas	33%		205.580,21	211.747,61	218.100,04	224.643,04	231.382,33	238.323,80	245.473,52	252.637,72
Otros (teléfono, servicios)	20%		20.031	20.031	20.031	20.031	20.031	20.031	20.031	20.031
Sueldos Operacionales			123.514	129.690	136.174	142.983	150.132	157.639	165.521	173.797
UTILIDAD OPERACIONAL			738.855	763.443	800.261	827.411	861.917	891.611	923.785	956.000
%			64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%	64%
TOTAL GASTOS INDIRECTOS			158.628,3	164.144,0	170.450,0	176.526,5	183.185,7	210.765,4	218.599,5	226.718,8
Sueldos Administrativos			66.354	71.772	75.361	79.129	83.085	87.239	91.601	96.182
Agua			11.446	11.446	11.446	11.446	11.446	11.446	11.446	11.446
Luz			22.893	22.893	22.893	22.893	22.893	22.893	22.893	22.893
Combustible			3.840	4.032	4.234	4.445	4.666	4.901	5.146	5.403
Administración y Generales			5.782	5.963	6.236	6.456	6.725	6.998	7.225	7.487
Mantenimiento			17.285	17.888	18.713	19.375	20.175	21.797	43.349	44.919
MerCADEO y Ventas			23.047	23.850	24.951	25.634	26.900	27.965	28.899	29.946
Utros (seguros, impuestos)			6.000	6.300	6.615	6.946	7.293	7.658	8.041	8.443
TOTAL COSTOS Y GASTOS			572.140	593.218	617.726	640.803	666.287	712.393	739.765	768.032
UTILIDAD ANTES DE INT. E IMP.			580.226	599.299	629.811	650.885	678.731	680.846	705.166	729.282

UTIL. NETA	0	304.874	319.928	346.551	367.334	393.357	402.581	427.684	453.463
DEP. Y AMORT.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NETO OPERACIONAL	0	304.874	319.928	346.551	367.334	393.357	402.581	427.684	453.463
INGRESOS FINANCIEROS :	2.484.397	0	0	0	0	0	0	0	0
Aporte propio	1.016.446	0	0	0	0	0	0	0	0
Financ. CFN	1.467.951	0	0	0	0	0	0	0	0
OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS :	2.484.397	304.874	319.928	346.551	367.334	393.357	402.581	427.684	453.463
EGRESOS DE FONDOS :	1.388.230	74.904	(53.101)	92.890	96.229	109.997	117.778	139.326	145.709
INVERSION INICIAL	1.388.230	0	0	0	0	0	0	0	0
VALOR DE RECUPERACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VARIAC. CAP. TRABAJO	0	74.904	(140.860)	(3.508)	(9.858)	(6.314)	(9.983)	(1.011)	(8.442)
Pago Capital Préstamo 1	0	87.760	96.398	105.888	116.311	127.761	140.337	154.152	
FLUJO NETO FONDOS :	(1.016.446)	229.971	373.029	253.660	271.104	283.360	284.803	288.358	307.754
FLUJO DE CAJA		23%	37%	25%	27%	26%	28%	28%	30%
ACUMULATIVO	(1.016.446)	229.971	603.000	856.660	1.127.764	1.411.124	1.695.927	1.984.285	2.292.038
TIR	25%								

PROPUESTA DEL PROYECTO DE RESTAURANTE SERRANO Y ALOJAMIENTO EN LA RESERVA FAUNISTICA CHIMBORAZO
Evaluación Financiera INDICES ECONOMICOS Y FINANCIEROS

UTILIDAD NETA ACUMULADA 10 ANOS	4.006.381
% TASA DESCUENTO NPV	20,0%
TASA INTERNA DE RETORNO	25,2%
PERIODO PROMEDIO DE PAGO	10,0 años
VALOR PRESENTE (VAN)	344.175

REFERENCIAS:

Administración de la empresa de restaurantes Armando Franco Lopez Trillas 2004.

CFN – DESARROLLO AL TURISMO OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO SECTOR TURISTICO Y BANCA PUBLICA DE DESARROLLO CFN.

Ecoturismo Operación técnica y gestión ambiental Ewaldo R. Sandoval. Trillas 2006

El restaurante como empresa, Carlos Durón García-Trillas 2008

GARCÍA A y VELOZ D. 2003. “Plan de señalización interpretativa para el sendero de los hieleros de la Reserva de Producción Faunística Chimborazo”. Memoria de prácticas pre profesionales. ESPOCH.

GERENCIA REGIONAL SIERRA CENTRO. MINTUR. 2004. Catastro Turístico.

GERENCIA REGIONAL SIERRA CENTRO. MINTUR. 2004. Guía Turística Ecuador

<http://web.ambiente.gob.ec/?q=node/138>

<http://www.ambiente.gob.ec/>

http://www.elcomercio.com/pais/reserva-Chimborazo-ahora-atrae-visitantes_0_683331768.html

<http://www.gadmriobamba.gob.ec/>

<http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html#descarga>

<http://www.turismo.gob.ec/el-tren-vuelve-a-chimborazo/>

Inventario de Atractivos Turístico de la Provincia del Chimborazo; Equipo técnico Espoch director del proyecto Ing. Fernando Romero.

Ley de turismo, Ministerio de Turismo reglamento decreto N°1186 Presidente Lucio Gutiérrez 2002-2003.

Marketing Turístico; Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens, Jesús García de Madariaga, Javier Flores Zamora, PEARSON, 5TA EDICIÓN, CAPITULO I,II,III, Y IV.

Ministerio de Agricultura y pesca datos ESPAC 2010.

Ministerio de Turismo formatos de Atractivos del Chimborazo, fichas Chimborazo y Riobamba.

Ministerio de Turismo. Parques y Reservas del Ecuador

Ministerio del Ambiente:

Páramo Paisajes estudiado, habitado, manejado e institucionalizado. GTP
Patricio Mena Vasconez, Anabel Castillo, Saskia Flores, Robert
Hofstede, Carmen Josse, Sergio Lasso B, Galo Medina, Nadya Ochoa,
Doris Ortiz Editores, Universidad Politecnica Saieciana pag de la 155-
212.

REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURISTICAS, PLANDETUR,
INFORMACIÓN DEL CHIMBORAZO Andrés Sánchez O. DIRECCIÓN
DE DESARROLLO, TÉCNICO DE REGULACIÓN Y CONTROL.
MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, información.

Reserva de producción Faunística Chimborazo. Andes.

Riobamba – Ecuador.

Sierra Centro. Riobamba – Ecuador.

www.inec.gov.ec

ANEXOS

ANEXO 1

RECETAS ESTÁNDAR QUE FORMAN PARTE DEL MENÚ

NOMBRE DE LA RECETA: <i>MOTE SUCIO Y MOTE PILLO</i>				
Nº RECETA: 1 y 2	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCIÓN: 70 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
2000	gr	Mote	Mote Pillo	2,00
200	gr	Cebolla Blanca		0,30
200	gr	Cebolla Paiteña		0,50
400	gr	Queso fresco		3,81
40	gr	Achiote		0,20
100	gr	Mantequilla		1,10
50	gr	Cilantro		0,10
1000	ml	Leche		0,90
5	u	Huevos		0,50
2000	gr	Lonja de cerdo		Mote Sucio
2000	gr	Mote	2,00	
50	gr	Cilantro	0,10	
150	gr	Cebolla Paiteña	0,35	
150	gr	Cebolla Blanca	0,20	
100	gr	Manteca de cerdo	0,70	
40	gr	Achiote	0,20	
Total				22,08

NOMBRE DE LA RECETA: <i>EMPANADAS DE YUCA</i>				
Nº RECETA: 3	Nº DE PAX:	30	PESO POR PORCIÓN: 65 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
500	gr	Yuca		1,25
30	gr	Mantequilla		0,30
30	gr	Harina		0,40
2	u	Huevos		0,20
200	gr	Queso fresco		2,25
Total				4,40

NOMBRE DE LA RECETA: <i>BUÑUELOS DE YUCA</i>				
Nº RECETA: 3	Nº DE PAX:	30	PESO POR PORCION: 65 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
500	gr	Yuca		1,25
30	gr	Mantequilla		0,30
30	gr	Harina		0,40
2	u	Huevos		0,20
7	gr	Polvo de Hornear		0,20
Total				2,35

NOMBRE DE LA RECETA: <i>TORTA DE MAQUEÑO</i>				
Nº RECETA: 4	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCION: 60 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
380	gr	Plátano Maqueño		0,33
8	u	Huevos		0,80
240	gr	Queso Crema		2,50
120	gr	Mantequilla		1,25
200	gr	Azúcar		0,46
5	gr	Esencia de Vainilla		0,10
Total				5,44

NOMBRE DE LA RECETA: <i>AJI DE CARNE</i>				
Nº RECETA: 5	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCION: 120 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
600	gr	Carne de Res		18,00
1000	gr	Papa		0,89
200	gr	Cebolla Paiteña		0,50
100	gr	Cebolla Blanca		0,30
400	gr	Tomate		0,77
60	gr	Maní		0,43
100	gr	Arroz Cocinado		0,15
2000	ml	Agua		0,00
500	ml	Leche		0,45
30	gr	Raspadura		0,15
0,5	u	Guineo		0,20
80	gr	Mantequilla		0,70
20	gr	Achiote		0,10
1	u	Ají		0,10
2	u	Huevo		0,20
Total				22,94

NOMBRE DE LA RECETA: <i>LOCRO DE QUESO Y/O CUERO</i>				
Nº RECETA: 6-7	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCION: 120 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
40	gr	Achiote		0,20
80	gr	Mantequilla		0,70
40	gr	Aceite		0,20
200	gr	Cebolla Blanca		0,40
2000	gr	Papa Chola		1,78
400	ml	Leche		0,40
400	gr	Queso fresco		3,40
1	u	Atado de cilantro		0,40
1	u	Ají		0,10
600	gr	Cuero Reventado		3,00
40	ml	Crema de Leche		0,12
20	gr	Cilantro		0,05

Total				10,75
NOMBRE DE LA RECETA: YAHUARLOCRO				
Nº RECETA: 8	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCION: 125	PRECIO:
			gr	
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
1000	gr	Tripa de Borrego		4,05
1000	gr	Sangre de borrego		2,89
1500	gr	Papa		1,34
80	gr	Pasta de Maní		0,70
200	gr	Cebolla Paiteña		0,50
200	gr	Cebolla blanca		0,30
200	gr	Cilantro		0,20
100	gr	Pimiento verde		0,35
8	u	Hojas de Hierba b.		0,23
20	gr	Orégano		0,30
6	u	Limón		0,60
40	gr	Achiote		0,30
100	gr	Mantequilla		1,10
100	ml	Aceite		0,40
400	ml	Leche		0,40
2	u	Tomates		0,20
4	u	Aguacates		2,00
Total				15,86

NOMBRE DE LA RECETA: <i>LLAPINGACHO</i>				
Nº RECETA: 9	Nº DE PAX: 12		PESO POR PORCION: 230 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
12	u	Chorizo		6,50
12	u	Huevos		1,20
300	gr	Lechuga		0,50
300	gr	Tomate		0,62
3	u	Aguacate		1,80
50	gr	Aceite		0,40
25	gr	Zumo de Limón		0,35
50	gr	Cilantro		0,30
40	gr	Achiote		0,20
150	gr	Cebolla blanca		0,25
250	ml	Leche		0,25
75	gr	Pasta de Maní		0,70
c/n		Sal y Pimienta		0,00
Total				13,07

NOMBRE DE LA RECETA: <i>GUATITA</i>				
Nº RECETA: 10	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCION: 250 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
100	gr	Cebolla Paiteña		0,25
100	gr	Cebolla Perla		0,29
1	u	Hoja de Laurel		0,05
100	gr	Cebolla Blanca		0,20
2	u	Dientes de Ajo		0,10
1	u	Hoja de Hierba b.		0,20
1000	gr	Panza de res		5,00
1000	gr	Papa		1,00
20	gr	Achiote		0,10
50	ml	Aceite		0,30
40	gr	Mantequilla		0,45
40	gr	Cilantro		0,20
200	ml	Leche		0,30
40	gr	Pasta de Maní		0,40
1	u	Ají		0,10
5	gr	Orégano		0,30
4	u	ramas de cilantro		0,05
Total				9,29

NOMBRE DE LA RECETA: <i>SECO DE CHIVO</i>				
Nº RECETA: 11	Nº DE PAX:	12	PESO POR PORCION: 255 gr	PRECIO:
CANT	UNIDAD DE MEDIDA	INGREDIENTES		
1500	gr	Carne de Chivo		7,00
750	gr	Arroz		0,80
250	gr	Cebolla Paiteña		0,55
100	gr	Zanahoria Amarilla		0,45
75	gr	Achiote		0,40
2	u	Ají		0,20
3	u	Tomate Riñón		0,30
3	u	naranja		0,60
500	ml	Cerveza		0,62
75	gr	Azúcar Morena		0,40
1	u	Clavo de Olor		0,05
1	u	Rama de Canela		0,05
2	u	Plátano Maduro		0,40
100	gr	Cilantro Picado		0,40
Total				12,22

ANEXO 2

MENÚ



NUESTRO MENÚ

TENEMOS EL AGRADO DE INVITARLES A DEGUSTAR LA MARAVILLOSA GASTRONOMÍA ECUATORIANA CON UNA VARIEDAD DE PLATOS EN NUESTRO MENÚ. CABE RECALCAR QUE LA GASTRONOMÍA ECUATORIANA SERRANA ES EXTREMADAMENTE VARIADA.

LA GASTRONOMÍA DEL ECUADOR

Cada región del país tiene una diversidad de productos tanto en los andes como en la amazonia, costa y regiones insulares. Las costumbres y tradiciones de los antepasados en la evolución con la conquista atrae a un gran número de variedades de platos en la historia del país. Cada región tiene un plato típico, con ingredientes principales. La elaboración de la comida serrana es elaborada a base de la producción que se da en el paramo y el clima de los andes es por eso que cada aportación de diversidad nos ayudara a disfrutar y compartir con ustedes cada plato rico nutricionalmente y sobre todo sanamente.

“BIENVENIDOS”

EL HIELO RESTAURANT

DESAYUNOS:

- Mote Sucio con café de chuspa y Jugo de Guayaba.....\$1.99
- Mote Pillo con café de chuspa y Jugo de Frutilla.....\$2.05
- Empanada de Yuca con café o chocolate y Jugo de Piña.....\$1.25
- Torta de maqueño con café y Jugo de Naranja.....\$2.55



ENTRADAS:

- \$4.45.....Locro de Queso
- \$4.55.....Locro de Cuero
- \$4.99.....Yahuarlocro
- \$4.05.....Aji de Carne
- \$0.99....Empanadas de Yuca y Buñuelos de Yuca.



PLATOS FUERTES:

- Llapingacho.....\$3.99
- Guatita.....\$4.65
- Seco de Chivo.....\$4.85
- Hornado Ecuatoriano con Tortilla de agrio y ensalada.....\$5.05
- Papas con salsa de zapallo ensalada y cuy.....\$5.25

POSTRE:

- \$2.89.....Higos con queso
- \$2.55.....Helados de los nevados
- \$2.99.....Morocho

BEBIDAS:

- Jugos naturales de frutas típicas del Ecuador: Tomate de árbol, Guayaba, Piña, Naranja, Frutilla
- Agua natural o con gas.....0.60
 - Café.....0.80
 - Chocolate caliente.....0.85
 - Cerveza.....2.00
 - Pájaro azul cocteles con frutas ecuatorianas.....3.99
 - Canelazo con licor de caña.....3.55
 - Chahuarmishqui.....2.59



ENTRADA



Deliciosas empanadas de Yuca. No te la puedes perder con el aji típico serrano.

\$0.99

PLATO FUERTE



LOCRO DE PAPA

Sopa de papa con queso deliciosa no te la puedes perder.

\$4.55

POSTRE



MOROCHO

Una dulzura que endulza la vida con un morocho y su empanada típica semana. Degústala hoy mismo.

\$2.99

BEBIDAS



CHAHUARMISHQUI

Bebida 100% ecuatoriana no te la puedes perder sobre todo para el frío del paramo. Degústala.

\$2.50

No te pierdas de este delicioso menú.....