



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

REACTIVACIÓN DEL RESTAURANTE DEL CENTRO TURISTICO DE PAQUIESTANCIA

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

Profesor Guía

Lic. Gabriel Mena

Autor

Francisco David Hernández Cadena

Año

2015

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

Gabriel Mena
Chef
C.C. 1716376940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Francisco David Hernández Cadena
C.C. 1724520067

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero Agradecimiento al personal docente de La Universidad de Las Américas, por la oportunidad brindada para el mejoramiento y capacitación profesional.

DEDICATORIA

A todas las personas que han apoyado de una u otra manera la realización de este trabajo, a mi familia que me ha impulsado a seguir en los tiempos de cansancio y dificultad, a la Universidad de las Américas y al Municipio de Cayambe.

RESUMEN

El presente trabajo se desarrolló en el cantón Cayambe, en la Parroquia rural de Paquiestancia, en donde funciona un Centro Turístico Comunitario, como una empresa de origen colectivo, el mismo que inicia sus actividades comerciales en marzo del 2010. Se dedica a la venta de servicios turísticos como: cabalgatas, noches culturales, comida tradicional, alojamiento y visitas a las cascadas de la zona. El proyecto se fundamenta en la contribución para la reactivación del Restaurante de dicho Centro, para lo cual se realizaron estudios de mercado, plan operativo, plan financiero, plan de marketing y el plan legal todo esto orientado a fortalecer este emprendimiento comunitario. Además el proyecto permitirá fortalecer la gastronomía ancestral, combinando la cosmovisión andina con la gestión del restaurante, implementar los conocimientos aprendidos en la Universidad de las Américas y así apoyar para el adecuado funcionamiento y mejora de la rentabilidad y sostenibilidad económica del restaurante.

ABSTRACT

This work was developed in Cayambe Canton Cayambe in the rural parish of Paquiestancia, where a Community Resort operates as a company of collective origin, the same that began its commercial activities in March 2010, it provides services to tourist such as; horseback riding, cultural evenings, traditional food, accommodation and visits to waterfalls located in the area. The project is based on the contribution for the revival of the restaurant that this centre has, for which market studies, business plan, financial plan, marketing plan and the entire legal plan were performed aimed at strengthening this community entrepreneurship. In addition, the project will strengthen the ancestral cuisine, combining the Andean world with the restaurant management by implement the knowledge learned in the University of the Americas and thus support for the proper operation and improvement of profitability and economic sustainability of the restaurant

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del Problema	1
1.2. Justificación	1
1.3. Objetivos.....	2
1.3.1. Generales	2
1.3.2. Específicos	2
2. MARCO TEÓRICO	3
2.1 Cayambe	3
2.1.1. Contexto y ubicación geográfica:.....	3
2.1.2. El pueblo Kayambi.....	4
2.2 Cosmovisión andina.....	5
2.3 Paquiestancia	6
2.1.3. Organización de Paquiestancia	6
2.1.4. Estructura Organizacional del centro turístico comunitario de 7	
2.1.5. Directrices del turismo Comunitario	8
2.1.6. Alimentos más cultivados y usados en la zona:.....	13
2.1.7. Animales domésticos de Paquiestancia.....	15
2.1.8. Misión	16
2.1.9. Visión	16
2.1.10. Naturaleza de la empresa.....	16
2.1.11. Factores económicos.....	18
2.1.12. Factores normativos	18
2.1.13. Factores Culturales.....	19
2.1.14. Factores tecnológicos	19
2.1.15. Análisis de Competitividad.....	19
2.1.16. Análisis FODA del restaurante del Centro Turístico Comunitario de	31

3. PLAN OPERATIVO	23
3.1.1. Ubicación de mesas y sillas	24
3.1.2. Medición del ciclo del servicio:.....	25
3.1.3. Cálculo de promedio de clientes atendidos por día	26
3.1.4. Ejemplo de Recetas Tradicionales.....	28
3.1.5. Cuadro de materias primas.....	28
3.1.6. Cuadro de tecnología o equipamiento	31
3.1.7. Infraestructura física	31
3.1.8. Diagrama de procesos.....	35
4. PLAN DE ORGANIZACIÓN DE RECURSOS	
HUMANOS	36
4.1 Departamentos funcionales	36
4.1.1. Inventario de Recursos Humanos.....	37
4.2 Organigrama de Cargos del Restaurante del centro Turístico comunitario.....	38
4.3 Descripción de los puestos en el Centro Turístico Comunitario	39
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	42
5.1 Objetivos General	42
5.2 Objetivos Específicos.....	42
5.3 Análisis del mercado.....	42
5.4 Características de la demanda	43
5.5 Características de oferta	44
5.6 Instrumentos de recolección de información	44
5.6.1. Entrevista.....	44
5.6.2. Muestra.....	44
6. PLAN DE MARKETING	48
6.1 Segmentación de mercado	48
6.2 Producto	49

6.2.1. Desarrollo de menú	49
6.3 Marca.....	50
6.4 Logotipo	51
6.5 Servicio	52
6.6 Estrategias de Marketing	53
6.1.2. Estrategia de precio	53
6.1.3. Estrategia de distribución.....	53
6.1.4. Estrategia de Producto	53
6.1.5. Estrategia de comunicación.....	54
7. PLAN FINANCIERO.....	55
7.1 Costos de cada receta	55
7.2 Precio de Venta	57
7.3 Food y Beverage Cost	57
7.4 Ticket promedio	59
7.5 Capital de trabajo.....	60
7.6 Rotación en Ventas.....	61
7.7 Nómina Salarial	61
7.8 Costos Fijos y Otros Costos.....	61
7.9 Presupuesto	61
7.10 Balance general	62
8. PLAN LEGAL.....	64
8.1 Figura Jurídica	64
8.1.1. Ventajas Persona Jurídica	64
8.1.2. Desventajas Persona Jurídica	65
8.2 Requisitos Centros Turísticos Comunitarios	65
8.3 Deberes Laborales de los centros turísticos comunitarios	66
8.4 Responsabilidades tributarias de los Centros Turísticos Comunitarios	67

8.5 Entidades a las que se rigen los centros turísticos comunitarios	67
8.5.1. Requisitos para Permiso de Funcionamiento Ministerio de Salud Publica.....	67
8.5.2. Requisitos para la Patente Municipal de Cayambe.....	68
8.6 Requisito para obtener el Permiso de Funcionamiento Municipal de Cayambe para una empresa de alimentos y bebidas:.....	69
9. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	70
9.1 Resultado 1: Plan Operativo	70
9.2 Resultado 2: Investigación de Mercado	70
9.3 Resultado 3: Plan de Marketing	71
9.3.1. Estrategia de precio.....	73
9.3.2. Estrategia de distribución	73
9.3.3. Estrategia de Producto	73
9.3.4. Estrategia de comunicación.....	74
9.4 Resultado 4: Plan Financiero	74
9.5 Resultado 5: Plan legal	75
10. CONCLUSIONES	77
11. RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS	80
ANEXOS	82

1 INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

El Centro Turístico de Paquiestancia es una empresa de origen comunitario, que inicia sus actividades comerciales en marzo del 2010, se dedica a la venta de servicios turísticos como: cabalgatas, noches culturales, comida tradicional, alojamiento y visitas a las cascadas de la zona. La directiva de la comunidad y el departamento de Turismo del Municipio de Cayambe se encuentran preocupados por la deficiente gestión administrativa y técnica del restaurante del Centro Turístico, lo que ha ocasionado dificultades en la sostenibilidad económica del mismo. De acuerdo a los comuneros estos problemas se han producido por: desconocimiento de cómo se debe equipar el restaurante, como elaborar un menú, como costear las recetas y el escaso asesoramiento técnico y administrativo necesarios para funcionamiento del mismo.

1.2. Justificación

Se ha elegido el siguiente proyecto, porque es importante apoyar a los procesos comunitarios que promueven el desarrollo humano integral de grupos indígenas andinos que históricamente han estado en la marginalidad. Los comuneros de Paquiestancia han tomado la decisión de crear una empresa comunitaria para mejorar la calidad de vida y sus ingresos familiares.

El proyecto permitirá además fortalecer la gastronomía ancestral, combinando la cosmovisión andina con la gestión del restaurante, implementar los conocimientos aprendidos en la Universidad de las Américas y de esta forma contribuir para el adecuado funcionamiento y mejora de la rentabilidad del restaurante. Esto se efectuará compartiendo e intercambiando los conocimientos técnicos y el aprendizaje de valores culturales y de la sabiduría gastronómica ancestral. Todo esto permitirá en el mediano plazo las/los campesinos integrantes de este Centro Turístico se conviertan en protagonistas y agentes que promuevan su desarrollo y el de la comunidad en general.

1.3. Objetivos

1.3.1. Generales

Reactivar el Restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia, mediante el fortalecimiento de la gestión administrativa y gastronómica con la finalidad de darle sostenibilidad económica y sustentabilidad ambiental.

1.3.2. Específicos

- Realizar un plan operativo del restaurante del Centro Turístico para identificar la capacidad instalada, crear un menú enfocado en los productos autóctonos de la zona, análisis de equipamiento necesario, diagrama de procesos, todo esto enfocado a su adecuado funcionamiento.
- Elaborar una investigación de mercado, determinar características de la oferta y la demanda con el propósito de conocer los gustos y preferencias del mercado objetivo y de esta forma satisfacer sus necesidades.
- Crear un plan de marketing para segmentar el mercado y establecer estrategias de precio, producto y comunicación con la finalidad de incrementar las ventas y por lo tanto garantizar la sostenibilidad económica.
- Establecer un plan financiero para conocer ticket promedio, costo de materia prima promedio, nómina salarial e inversión inicial con el objetivo de definir cuál es el presupuesto inicial que se requiere para el funcionamiento óptimo del restaurante.
- Implantar un plan legal y definir figura jurídica, deberes laborales responsabilidades tributarias y entidades a las que se rige el restaurante del centro turístico comunitario, para que funcione de acuerdo a los requerimientos y normativa legal del Ecuador.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Cayambe

2.1.1. Contexto y ubicación geográfica:

El cantón Cayambe, se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, a 80 Km., al norte de Quito, está conformado por 5 parroquias rurales: Ayora, Olmedo, Cangahua, Otón y Cusubamba y una parroquia urbana: Juan Montalvo. Las parroquias están integradas por el centro urbano-parroquial.

Las comunidades indígenas, tienen un Centro Cívico donde está la escuela, una capilla, cancha de deportes y la casa comunal. En este se desarrolla la vida social de la comunidad. Las casas de las familias están ubicadas en las correspondientes parcelas, las distancias entre una casa y otra oscila entre 100 y 500 metros

El uso de la tierra que es mantenida por los campesinos, está dedicada a la producción de cultivos como: papa, cebada, habas, cebollas, chochos, quinua, maíz y hortalizas. Algunos de estos productos también son dedicados al mercado (cebollas, papas, cebada, hortalizas). Los campesinos complementan la economía familiar con la crianza de animales menores (cuyes, pollos, gallinas, chanchos y ovejas). Con este sistema de producción campesina, en el cual es importante el trabajo de los grupos organizados, están logrando garantizar la seguridad alimentaria de sus familias y el excedente de la producción está siendo canalizada a través del sistema comunitario de comercialización en el mercado local.

La organización indígena en Cayambe nace en las primeras décadas del siglo XX, vinculada a movimientos políticos de izquierda y en confrontación con el Estado, que entonces era dueño de las tierras, de las grandes haciendas. Las actuales organizaciones han conseguido que actualmente casi toda la tierra esté en manos de los indígenas. (Casa Campesina Cayambe, 2008)

2.1.2. El pueblo Kayambi

El pueblo Kayambi, está asentado en la sierra Norte en tres provincias:

En la provincia de Pichincha, habitan en los siguientes cantones: Quito, parroquia Checa; Cayambe, parroquias Ayora, Juan Montalvo, Ascázubi, Cangahua, Olmedo, Otón, Sta. Rosa de Cusubamba; Pedro Moncayo, parroquias Tabacundo, La Esperanza, Toacachi, Malchinguí, Tupigachi.

En la provincia de Imbabura: cantón Otavalo, parroquias González Suárez y San Pablo y cantón Pimampiro, parroquias Pimampiro, Chuga, Mariano Acosta y San Francisco de Sigsipamba.

En la provincia de Napo: Cantón Chaco, parroquia Oyacachi. (Arias, 2013)

La vestimenta tradicional de los hombres indígenas de este pueblo se ha perdido, antiguamente utilizaban: poncho y sombrero de color rojo, pantalón, camisa blancos y alpargatas del mismo color; En cambio las mujeres han conservado su vestimenta, utilizan el anaco plisado de colores vivos, blusas bordadas a mano, elaboradas por las mismas mujeres, sombreros negros adornados con plumas y alpargatas, se adornan con gualcas doradas y manillas de color rojo.

La celebración más importante del pueblo Kayambi es la celebración del Inti Raymi, la misma que se realiza en el centro sagrado de Puntiaztil, celebración que tiene como finalidad agradecer a la madre tierra por los productos recogidos en la buena cosecha. (Enriquez, 2013)

2.1.2.1. Organización comunitaria del PuebloKayambi

La organización política de las comunidades está representada por una directiva elegida en votación pública y en asamblea general. La directiva es la encargada de conducir la gestión del cabildo comunitario durante un periodo de 12 meses, este tipo de organización política está presente en todas las comunidades del pueblo Kayambi.

En el año 1998, como resultado de los niveles de organización alcanzados por las nacionalidades indígenas del Ecuador, en la ciudad de Cayambe, nace La Confederación del Pueblo Kayambi, el cual está formado por 86 comunidades de base y demás organizaciones indígenas. Esta es una instancia organizativa de carácter socio cultural que coordina, gestiona y ejecuta proyectos de desarrollo a favor de los indígenas y campesinos.

El lugar, la ubicación y la organización del pueblo Kayambi son importantes ya que de esta depende sus reglas y su cosmovisión andina que está ligada en todo lo que sucede dentro de la comunidad, un ejemplo de esto es la creación y funcionamiento de los Centros Turísticos Comunitarios. (Enriquez, 2013)

2.2 Cosmovisión andina

Se puede definir a la cosmovisión andina como la manera de ver la vida y la forma de relacionarse de los pueblos indígenas armónicamente con la naturaleza, por esto los pueblos ancestrales manejan adecuadamente los recursos naturales. Contemplan una serie de valores, saberes, creencias, costumbres que definen la relación entre el hombre, la sociedad, el mundo natural y el mundo sobre natural.

Desde el punto de vista de esta cosmovisión el universo no gira alrededor del ser humano sino el humano es un elemento más de él, como lo son también la naturaleza y la tierra, todos estos elementos deben convivir en armonía.

La madre tierra es vista como dadora de vida y a la cual hay que retribuir. El territorio se define como el área geográfica, incluye el suelo, subsuelo, agua, los animales, las plantas y constituye la identidad de un pueblo. Esto da derecho a los pueblos ancestrales a decidir sobre el uso correcto de todos los recursos contenidos en su territorio, a través de formas organizativas propias que constituyen espacios de toma de decisiones. De la misma forma los conocimientos y saberes que los pueblos acumulan son transmitidos de generación en generación y también forman parte del territorio. (Pozo, 2008)

Las Cosmovisión andina se basa en principios como lo explica José Yanes del Pozo (2008):

Principio de relacionalidad: es el principio que organiza todo, inclusive lo que no dominamos, Dios es también relativo por que existe en relación a todo.

Principio de correspondencia: Todo lo que se mira en el universo no está solo, se encuentra en pares como por ejemplo el hombre y la mujer, luz y oscuridad, caliente y frío. etc.

Principio de Complementariedad: En el mundo andino todo tiene correspondencia y funciona a base de complementariedades, como por ejemplo la mujer es complemento del hombre.

Principio de reciprocidad: Nada puede funcionar bien sin este principio, los humanos no somos los únicos en el mundo en la cosmovisión andina se miran 4 familias: comunidad divina, comunidad humana, comunidad natural, comunidad de los ancestros, estas cuatro partes del universo deben ser recíprocos entre sí, esto lo llaman ética universal. (Pozo, 2008)

Estos principios deben ser considerados cuando vamos a trabajar con comunidades indígenas, ya que su cosmovisión permite relacionarse entre ellos, relacionarse con la naturaleza y la madre tierra. Los principios son importantes ya que son la base para toda organización comunitaria, el respeto a los mismos permite una armoniosa convivencia.

Paquiestancia

La comunidad de Paquiestancia se encuentra en Cayambe ocupa una extensión aproximada de 1000 hectáreas y posee una población aproximada de 1300 habitantes. Está limitando con la reserva nacional Cayambe- Coca.

2.1.3. Organización de Paquiestancia

Fausto Calderón(2014) lo explica de esta manera:

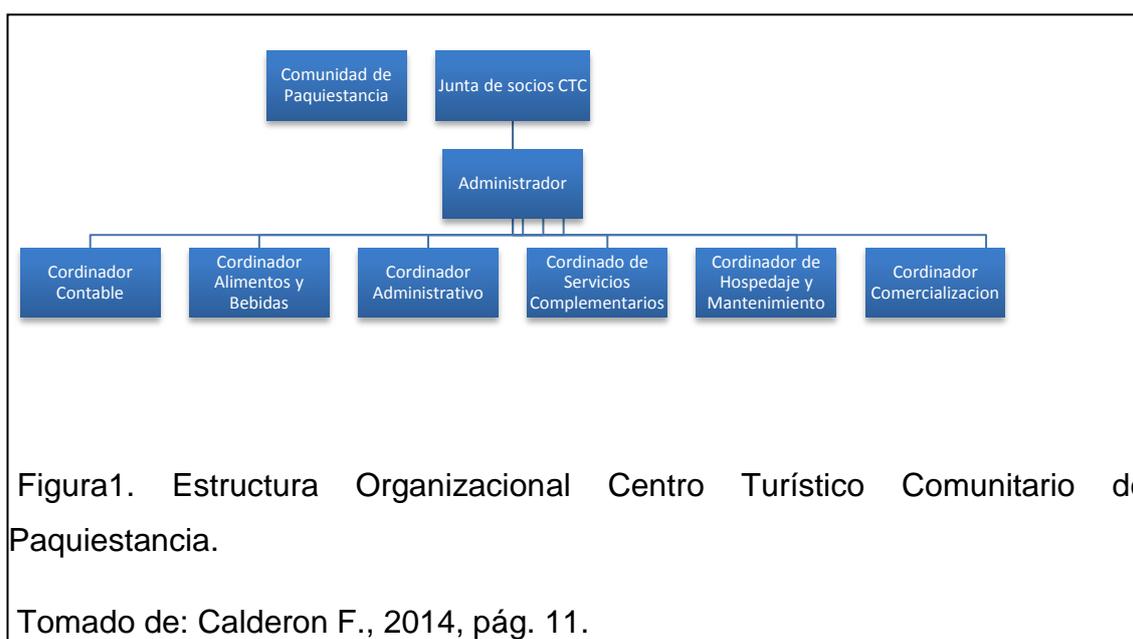
En Paquiestancia tienen una administración comunitaria que está regida por el presidente, el vicepresidente, el tesorero y un vocal, esta junta apunala para el desarrollo de todas las actividades que se dan en la comunidad una de estas es el turismo comunitario. (Calderon, 2014)

2.1.4. Estructura Organizacional del centro turístico comunitario de Paquiestancia

Según Fausto Calderón (2014)la estructura organizacional es de la siguiente manera:

El centro turístico comunitario de Paquiestancia está constituido por una administrador quien realiza un informe de las actividades realizadas por el centro turístico comunitario cada 3 meses a la asamblea de la comunidad, un coordinador del área contable, un coordinador de Alimentos y Bebidas, un coordinador administrativo, un coordinador de hospedaje y mantenimiento, un coordinador de servicios complementarios, un coordinador de comercialización.(Calderon, 2014)

2.1.4.1. Estructura Organizacional:



Las utilidades del Centro Turístico Comunitario se reparten de la siguiente manera: 50% para un fondo común de inversión de la comunidad, 30 % para el mantenimiento del centro turístico comunitario, 10% para el marketing del Centro Turístico Comunitario y el 10 % restante es un fondo de reserva de la comunidad.

Turismo Comunitario

Según Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, Acuerdo ministerial 16 la definición de Turismo (2010) comunitario es:

Que el Turismo Comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística. (Acuerdo Ministerial 16.2010)

Según el Instructivo Para Registro de Centros Turísticos Comunitarios (2009), Acuerdo Ministerial 24, Artículo 1 se define al turismo comunitario como:

Se entenderá por actividad turística comunitaria el ejercicio directo y exclusivo de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo por parte de las comunidades legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas. (Acuerdo Ministerial 24. 2010)

2.1.5. Directrices del turismo Comunitario

Los principales ejes del turismo comunitario los explica la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2013) de esta manera:

2.1.5.1. Fortalecimiento organizativo.

Este eje se basa en formar una estructura organizativa fuerte en la que se toman decisiones consensuadas para el bienestar de la comunidad y ayuda a resolver los conflictos internos con autonomía e independencia.

2.1.5.2. Revitalización cultural

Este principio promueve los principios y valores ancestrales que ayudan a mejorar la convivencia en la comunidad y con la pacha mama, también promueve los conocimientos ancestrales como la gastronomía autóctona del lugar la música la danza y la medicina.

2.1.5.3. Gestión del territorio

Este eje se basa en cuidar el territorio através del manejo responsable de patrimonio cultural y natural que este les da, respetar el territorio de las comunidades vecinas, garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de la comunidad y recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.

2.1.5.4. Economía solidaria

Este eje se basa en que el turismo comunitario debe dinamizar e integrar la economía local. Debe promover el trabajo comunitario y la repartición equitativa de los beneficios, desarrollar actividades que apoyen el trabajo de los sectores mas vulnerables de la comunidad. (Federacion Plurinacional del turismo del Ecuador, 2013)

Centros Turísticos Comunitarios

Según el Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios, Acuerdo Ministerial 24, Artículo 3 se define al turismo comunitario como (2010):

El Centro de Turismo Comunitario es el espacio turístico dentro del territorio comunitario que ofrece servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofertar servicios de buena calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades. (Acuerdo Ministerial 24, 2010)

La presidenta del centro turístico comunitario de Paquistanicita, Lilian Gualavisi, parroquia del cantón Cayambe (2015) expresa:

Los Centros Turísticos Comunitarios son organizaciones formadas por la comunidad, que sirven para proveer oportunidades a la comunidad, para crecer y a las personas desarrollarse a través de la realización de actividades turísticas en las que se ofrece a las personas relacionarse con la naturaleza, aprender de ella, hacer buen uso de lo que la madre tierra nos da, nosotros en nuestro Centro ofrecemos: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación turística y organización de eventos (Lilian Gualavisi, 2015)

Leyes que Amparan a Los Centros Turísticos Comunitarios

En la Ley De La Economía Popular y Solidaria en el Artículo 1 (2012) señala:

Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas tienen simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital. (Ministerio de Inclusión social Económica, 2012)

En la Ley De La Economía Popular y Solidaria en el Artículo 2 literal “b”(2012) dice esto:

Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario (Ministerio de Inclusión social Económica, 2012)

En la ley de turismo en el Artículo12(2008) dice que:

Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos. (Ministerio de Turismo, 2008)

Estándares y reglas que instructivo en el servicio de alimentos y bebidas en los centros turísticos comunitarios

En el Instructivo para Registro de Centros Turísticos Comunitarios, Acuerdo Ministerial 24, literal 9 (2010) dice:

Restaurante

- Informará a los visitantes la diversidad agraria del lugar, el aporte nutricional y la importancia en la dieta diaria.
- Se Utilizarán siempre productos Frescos
- Se ofrecerá comida de la zona

- Se utilizarán de preferencia productos orgánicos.
- Se evitará el consumo de animales que se encuentran en peligro de extinción.
- De preferencia no se utilizaran alimentos con perseverantes.
- Los lácteos siempre deberán ser almacenados en refrigeración..
- Se realizar una limpieza y desinfección de la cocina al menos 3 veces por semana.
- Se desinfectarán los utensilios de cocina al menos 3 veces por semana.
- Se debe variar el menú de desayunos almuerzos y meriendas todos los días.
- Se debe preguntar a los clientes si tienen algún problema de salud como diabetes para ofrecer un menú alternativo de acuerdo a su enfermedad.
- Poner mucha atención a fecha de caducidad de alimentos.
- Se debe respetar todas las reglas de seguridad laboral dentro de la cocina.
- Se debe evitar la contaminación cruzada en el almacenamiento de los alimentos.
- Se almacenará los alimentos con su respectiva etiqueta que contenga el contenido del mismo y su fecha de caducidad.

Vajilla

- Siempre se utilizará en el servicio platos y cubiertos limpios y desinfectados.
- Los vasos siempre deberán ser de cristal y los platos de porcelana se debe evitar vajillas de metal o de plástico.
- Se sugiere el uso de una vajilla resistente y fácil de limpiar.

Menaje

Los manteles y servilletas deberán siempre estar limpios sin arrugas ni rasgaduras.

El uso de servilletas y toallas serán uso exclusivo de los clientes.

Para las mesas se recomienda manteles de tela que sean de una excelente calidad y fáciles de lavar.

(Acuerdo Ministerial 24, 2010)

El Instructivo para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios en sí estandariza y pone reglas a todos los Centros con la finalidad de garantizar la calidad del servicio ofertado a los clientes, estandarizar los servicios y de esta forma normar su adecuado funcionamiento. Es importante recalcar que se toman en cuenta para estas reglamentaciones aspectos como: la cultura, las tradiciones, los valores, los alimentos propios de cada zona, de esta forma no se pierde la identidad de los comuneros que ofrecen estos servicios turísticos.

Información Alimentaria de Paquiestancia

2.1.6. Alimentos más cultivados y usados en la zona:

En Paquiestancia los principales alimentos que se cultivan y se consumen son:

Maíz: Es un alimento autóctono del Ecuador y de la zona, hay evidencia que es utilizado desde hace 7000 años, existen algunas variedades de granos como: blanco, amarillo y rojo.

Uso medicinal: Se utiliza el pelo del choclo en infusiones por sus propiedades diuréticas y analgésicas. La chicha de maíz se aconseja para la eliminación de cálculos, En los niños con desnutrición en las comunidades del Ecuador se acostumbra a consumir maíz por sus grandes propiedades nutricionales.

Uso Alimenticio: Es un cereal que se consume en estado tierno como en estado maduro, se utiliza en varias preparaciones como colada de choclo, humitas, tostado y la harina de maíz en tortillas, pan, arepas y sango.

Uso Ceremonial: El pueblo Kayambi usaba el maíz como un gran don para pedir favores a sus omnipotencias como la “Pachamama” para pedir un buen año en las siembras. (Endara, Soria, Pozo, 2008)

Papa: Es una planta nativa de los Andes. Es un cultivo tradicional de Paquiestancia, donde encontramos un sinnúmero de variedades.

Uso Medicinal: La hoja de papa se usa contra la leucorrea, la hoja hirviéndolas también se las usa contra la tos.

Uso alimenticio: Las papas tradicionalmente en Paquiestancia se las come asadas, hervidas y en sopa. Es un producto básico de la alimentación de los pobladores de Paquiestancia.

Uso ceremonial: Cuando los indígenas encuentran papas extrañas la llaman "llalahuas" y las adoran ya que creen que es un regalo de la "Pachamama" (Endara, Soria, Pozo, 2008)

Melloco: Es una planta nativa del Ecuador, el melloco es un cultivo importante dentro el sistemas agrícolas tradicionales ya que son una gran fuente de carbohidrato. Existen muchas clases de mellocos, se diferencian por su color, sabor y tamaño.

Uso medicinal: en la medicina ancestral se le ha dado las cualidades curativas de inducir a la fecundación a las mujeres, El zumo de sus raíces sirve como purgante, las parteras de la zona lo utilizan para facilitar el trabajo de la mujer durante el parto.

Uso alimenticio: Se lo consume cocinados, en sopas como el locro de papa o en ensaladas, el almidón del melloco se considera útil para la alimentación de convaleciente. (Endara, Soria, Pozo, 2008)

Capulí: Es un árbol de la sierra ecuatoriana se propaga por semilla y vive de 40 a 60 años.

Uso medicinal: las hojas se utilizan para calmar los cólicos y los dolores del reumatismo. Tiene propiedades expectorantes. Las parteras lo usan para favorecer una mejor labor de parto.

Alimenticio: Se come crudo o cocinado, es uno de los ingredientes principales del “jucho” que se lo prepara con arroz de cebada y otras frutas, también lo fermenta para utilizarlo como bebida alcohólica. (Endara, Soria, Pozo, 2008)

Uvilla: es una planta de la sierra ecuatoriana ya que se adapta bien a una temperatura de 7 a 20 grados centígrados y a la altura de 2000 a 3200 metros sobre el nivel del mar, se lo consume fresco o en preparaciones dulces.

Uso medicinal: Se lo utiliza para aliviar la fiebre y el reumatismo. La uvilla es rica en vitamina “C”, Las flores en una infusión son diuréticas y sirven para controlar el asma.

Uso alimenticio: Lo utilizan para la preparación de licores o dulces como mermeladas también la deshidratan al sol o la consumen frescas. (Endara, Soria, Pozo, 2008)

Quinua: Es una planta nativa de los andes ecuatorianos contiene gran valor nutricional. Puede crecer hasta los 4000 metros sobre el nivel del mar.

Usos medicinales: Se lo considera anti - cancerígeno y previene la osteoporosis, la infusión de las hojas de quinua pueden ayudar a curar la infección de vías urinarias (Endara, Soria, Pozo, 2008)

2.1.7. Animales domésticos de Paquiestancia

En la zona las familias se dedican a la crianza de cuyes, gallinas, borregos su carne es muy apetecida, también crían vacas ya que Cayambe es una zona ganadera. La gente señala que hace algunos años poseían mucho más animales que ahora. (Moya A. 2009)

2.1.7.1. Intercambio o consumo de alimentos en Paquiestancia:

El principio de reciprocidad en la comunidad es muy importante ya que toda cosecha es repartida entre toda la gente de la zona, generalmente esta

reciprocidad se da con familiares amigos y compadres, todo evento o fiesta en la comunidad es motivo para el intercambio de productos como por ejemplo el pedido de la mano de la novia, la boda, bautizas y funerales (Moya A. 2009)

2.1.7.2. Conclusión de la gastronomía en Paquiestancia:

En Paquiestancia podemos encontrar una gastronomía muy rica en alimentos nutritivos, variados y autóctonos de la parte Andina del Ecuador con los que se elaboran recetas ancestrales y tienen unos medicinales. La comida es muy importante para los habitantes de la comunidad de Paquiestancia ya que esta es parte muy trascendental en las relaciones humanas ya que la comida se fortalece amistades o lasos familiares.

Descripción de la Empresa

2.1.8. Misión

Brindar a los turistas nacionales e internacionales que visitan el Centro, productos alimenticios orgánicos, nutritivos y autóctonos de la zona, en un ambiente que respete los recursos naturales, generando un proceso de desarrollo económico sostenible para la comunidad de Paquiestancia.

2.1.9. Visión

Ser el mejor restaurante comunitario de la zona rural del cantón Cayambe, en los próximos 5 años, promoviendo la comida ancestral, valorando los principios de la cosmovisión andina y ofreciendo un servicio gastronómico de calidad a precios justos para elagrado de los clientes internos y externos.

Características de la empresa

2.1.10. Naturaleza de la empresa

El Centro Turístico de Paquiestancia es una pequeña empresa comunitaria que oferta servicios turísticos, se desenvuelve en el ámbito local, en la zona rural del norte del cantón Cayambe, no tiene fines de lucro, se encuentra en

proceso de legalización, pero es reconocida por el Gobierno Municipal de Cayambe.

Localización

El Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia se encuentra en ubicado al norte de la provincia de Pichincha, aproximadamente a 95 Km. de la Ciudad de Quito, en el cantón Cayambe, parroquia rural de Ayora, comunidad de Paquiestancia.



Figura 2. Ubicación Centro Turístico Comunitario, Paquiestancia.

Tomado de: www.earth.google.es

La localización del Centro Turístico de Paquiestancia no se puede cambiar ya que es una empresa constituida desde hace 5 años, lo que nos proponemos con este proyecto es el fortalecimiento de la gestión administrativa y técnica del restaurante;

Análisis del entorno

2.1.11. Factores económicos

Bajo poder adquisitivo de los turistas nacionales por el incremento de impuestos del gobierno.

Fluctuación en el precio los insumos de primeras necesidad que se requiere en el restaurante.

2.1.12. Factores normativos

Ministerio de Turismo del Ecuador mediante de la Ley de Turismo decreta que el marco legal que presidirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derecho de los prestadores y de los usuarios.

Ministerio de Turismo mediante el Acuerdo Ministerial No. 20090024 de 18 de marzo del 2009, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 565 de 7 de abril del 2009, expide el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios IESS normalizará la afiliación obligatoria de sus trabajadores, el pago de beneficios: décimo tercero y cuarto sueldo, derechos a vacaciones, permiso por maternidad, paternidad y enfermedades.

Servicio de Rentas Internas, el CTC debe con el Registro Único de Contribuyentes (RUC), para realizar las declaraciones de impuestos que determina la ley. En torno a las obligaciones tributarias de los CTC, estas no varían del resto de personas jurídicas o sociedades registradas en el SRI

Municipio de Cayambe, proveerá el permiso de funcionamiento para el CTC

Ministerio de Salud Pública realiza el control sanitario de los CTC, otorga los carné de salud de los trabajadores

2.1.13. Factores Culturales

La Gastronomía de la zona no sea del gusto de los turistas.

Principios de la cosmovisión andina no sean aceptados por los turistas extranjeros.

Los cambios de gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias que sufren los consumidores con el tiempo

2.1.14. Factores tecnológicos

Incremento del precio en equipos de cocina por los por las salvaguardas adoptadas por el gobierno.

Cambios tecnológicos en la industria de los restaurantes que exigen actualizarse ya que de no ser así no se lograría competir justamente contra los competidores del Centro Turístico Comunitario

FODA

2.1.15. Análisis de Competitividad

El análisis de competitividad lo haremos con competidores indirectos ya que no existe un competidor directo en Cayambe del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia. Los competidores indirectos serán Hostería san Luis, Hostería JatunHuasi y Hostería ShunguHuasi, Se los eligió ya que ofrecen un servicio sustituto al que ofrece el centro turístico comunitario de Paquiestancia.

Tabla 1, Análisis de Competitividad,

Análisis de competitividad					
Atributos de Producto	H. JatunHuasi	H. ShunguHuasi	Hostería San Luis	CTC de Paquiestancia	Conclusión
Variedad de Menú	F	F	F	D	Amenaza
Servicio	F	F	F	D	Amenaza
Calidad del menú	F	F	F	F	Característica común positiva
Producto fresco	F	F	F	F	Característica común positiva
Atributo de Precio					
Precio Justo	D	D	D	F	Factor crítico éxito
Opciones de pago	F	F	F	D	Amenaza
Atributos de Plaza					
Cercanía	F	D	D	D	Debilidad
Fácil de encontrar	F	D	D	D	Debilidad
Cliente de nicho turismo campestre	F	F	F	F	Característica común positiva
Apoyo del Gobierno	D	D	D	D	Oportunidad
Atributos de Descuento					
Descuento	F	F	F	F	Característica común positiva
Promociones	F	F	F	D	Amenaza
Atributos Nutricionales					
Productos Nutritivos	D	D	D	F	Factor crítico éxito
Productos Orgánicos	D	D	D	F	Factor crítico éxito
No uso de Aditivos	D	D	D	F	Factor crítico éxito
Uso de productos autóctonos de la zona	D	D	D	F	Factor crítico éxito

Leyenda de conclusiones:

- 1) Comparto una F: Característica común positiva. 2) Todos tienen F: Característica común positiva. 3) Solo nosotros tenemos F: Factor de éxito. 4) Comparto una D: Debilidad. 5) Solo nosotros tenemos D: Amenaza. 6) Todos tienen D: Oportunidad

2.1.16. Análisis FODA del restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia

Análisis interno

Fortalezas:

- Todos los platos son nutritivos.
- Uso de productos autóctonos de la zona andina del Ecuador.
- No usa materia prima que contengan aditivos en ninguna receta.
- Todos los ingredientes que se utilizan en la cocina son orgánicos.
- Tienen precios más cómodos y justos que sus competidores indirectos.

Debilidades

- El Centro turístico Comunitario de Paquiestancia se encuentra muy lejos.
- Es difícil de llegar al Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia.
- El Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia no posee personal capacitado

Amenazas

- Los competidores indirectos del restaurante Centro Turístico Comunitario poseen un menú más variado.
- El servicio es deficiente en comparación a los competidores indirectos del restaurante Centro turístico Comunitario.
- No posee opciones de pago

Oportunidades

- Buscar el apoyo del gobierno podría ser una oportunidad para el restaurante del centro turístico comunitario.

Ventajas Competitivas

- El Centro Turístico Comunitario posee el menú más nutritivo del mercado.
- El Centro Turístico Comunitario usa productos autóctonos de la zona que la mayoría de restaurantes los han dejado de usar.
- Todos los ingredientes que se usan dentro del restaurante son orgánicos.
- El restaurante posee precios más justos y cómodos que su competencia.

3. PLAN OPERATIVO

Capacidad Instalada Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia

En el Centro Turístico Comunitario ya posee dentro de su infraestructura un área destinada para la cocina y otra para el salón, la que debemos aprovechar al máximo y no necesita ninguna inversión ya que es una empresa comunitaria formada desde hace 5 años y con este proyecto lo que estamos proponiendo es el fortalecimiento de la gestión administrativa y técnica del restaurante. Debido a que las superficies son muy pequeñas se tratará de utilizar óptimamente todos los espacios de la infraestructura ya implantada del Centro Turístico Comunitario. Las medidas del salón son: 8 metros de largo por 6 metros de ancho; estas dimensiones las utilizaremos para conocer la capacidad instalada del restaurante mediante la siguiente fórmula.

(Ecuación 1)

Dónde:

C= capacidad instalada

L= Largo en metro (8 m)

A= Ancho en metros (6m)

e= Espacio que ocupa el cliente (1m²)

$$C = \frac{L(m) \times A(m)}{e(m) + 0.20m}$$

$$C = \frac{(8m) \times (6m)}{1m^2 + 0,20m^2}$$

$$C = \frac{48m^2}{1.20m^2}$$

$$C = 40$$

Después de realizar la fórmula obtuvimos que la capacidad instalada del restaurante del centro turístico comunitario es de 40 personas en un solo turno.

3.1.1. Ubicación de mesas y sillas

En el restaurante del centro turístico comunitario disponemos:

Tabla 2, Cantidad y dimensiones de mesas y sillas.

Capacidad	Cantidad	Dimensiones
Mesas cuadradas de 6 personas	6	150 cmx75 cm
Sillas	36	50 cm ²

Las sillas serán ubicadas de la siguiente manera

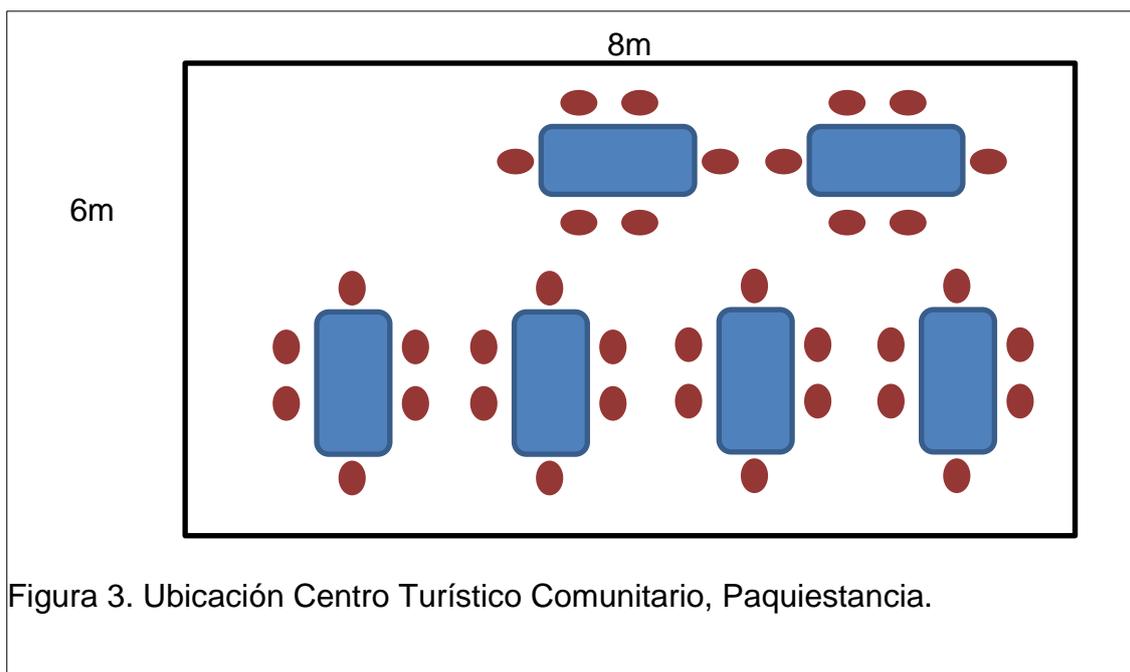


Figura 3. Ubicación Centro Turístico Comunitario, Paquiestancia.

El restaurante del Centro Turístico Comunitario tiene un área de 48 m²

La 6 mesas ocupan un espacio total de = 6,75 m²

Las 36 sillas ocupan un espacio total de= 18 m²

En total tenemos un espacio ocupado de= 24,75m²

Con el espacio restante que son 23,25m² del área del salón del restaurante del Centro Turístico Comunitario serán utilizados para la circulación de clientes y personal.

3.1.2. Medición del ciclo del servicio:

Es el tiempo que transcurre desde que el cliente llega a las instalaciones del restaurante del Centro Turístico Comunitario hasta que se finaliza la atención y del cliente abandona el restaurante.

Tabla 3, Medición del ciclo del Servicio. El ciclo del servicio dura 76 minutos desde que el cliente llega hasta el final de la atención.

Acción	Tiempo
Arribo del cliente, saludo y ubicación	7 minutos
Entrega de la carta o menú y toma de la orden de bebida	2 minutos
Servicio de la orden de bebida y toma de la orden de comida	5 minutos
Servicio de comida	17 minutos
Consumo de la comida	25 minutos
Cliente solicita cuenta	5 minutos
Cliente revisa cuenta y efectúa el pago	5 minutos
Despida del cliente	2 minutos
Duración total	68 minutos

3.1.3. Cálculo de promedio de clientes atendidos por día

Para realizar el cálculo de cuantos clientes se atienden por día en el Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia se procedió a revisar los datos de atenciones a clientes, que se encuentran registrados en los documentos contables. Utilizamos los registros del primer semestre del 2015 y se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 4, Cálculo del promedio de clientes atendidos por día en el Centro Turístico de Paquiestancia.

TOTAL DE CLIENTES POR MES		
MES	TOTAL	NUMERO DE DIAS DEL SEMESTRE
ENERO	350	31
FEBRERO	353	28
MARZO	314	31
ABRIL	396	30
MAYO	401	31
JUNIO	302	30
Total	2116	181

Promedio diario de clientes atendidos	11,6
---------------------------------------	------

Ver anexos las tablas del número de clientes atendidos por día y por mes

Menú

Para elegir los platos que estarán en el menú se realizó una reunión con la comunidad de Paquiestancia el día 17 de abril del 2015, y se eligió los platos más representativos de Paquiestancia y se tomó en cuenta que los

ingredientes principales son productos autóctonos. Además se observó la complejidad de elaboración de las recetas ya que el personal del Centro Turístico de Paquiestancia son personas de la comunidad que no han tenido ningún tipo de formación gastronómica. Entre las recetas elegidas están:

Entradas

- Locro de papa
- Colada de Uchuhacu
- Sopa de quinua con Paico
- Caldo de Gallina

Platos fuertes

- Hornado
- Guatita
- Papas con Cuero
- Seco de chivo

Postres

- Dulce de zambo
- Dulce de chochos
- Quinua enconfitada

Bebidas

- Jugo de mora
- Jugo de tomate de árbol
- Jugo de taxo
- Jugo de uvilla

3.1.4. Ejemplo de Recetas Tradicionales

 UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS				
Nombre de la receta	Locro de papas			
Genero	Entradas			
Porciones/Peso porcion	10			
Fecha de elaboracion	6/27/2015			
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,04	ml	Aceite	\$ 3,50	\$ 0,14
0,25	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,30
3	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,15
1	kg	Papa Chola	\$ 3,50	\$ 3,50
0,5	kg	Leche	\$ 0,80	\$ 0,40
0,2	kg	Queso rallado	\$ 8,00	\$ 1,60
5	u	Aguacate	\$ 0,50	\$ 2,50
0,2	kg	Perejil	\$ 2,00	\$ 0,40
0,5	ml	Agua	\$ -	\$ -
Fotografia			Costo total:	\$ 9,03
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 0,90

El resto de recetas ver en anexos.

3.1.5. Cuadro de materias primas

Las materias primas que se utilizaran serán propias del sector y representativas de la zona

Tabla 5, Lista de materias primas.

MATERIAS PRIMAS
Harina de uchujacu
Papas
Cebolla paiteña
Cebolla blanca
Cebolla perla
Ajo
Quinoa
Paico
Zanahoria
Tomates
Col
Perejil
Aguacate
Arroz
Pasta de maní
Panza de res
Carne de chivo
Carne de res
Gallina criolla

Cuero
Achiote
Aceite
Paico
Maduro
Taxo
Uvilla
Tomate de Árbol
Naranjilla
Mora
Azúcar
Panela
Leche
Queso
Clavo de olor
Canela

Insumos: No se utilizaran ya que insumos son cualquier objeto que acompañe a un producto como cucharas de plástico o contenedores de plástico y como es un restaurante comunitario no se utilizarán elementos plásticos que puedan contaminar o aumentar la producción de residuos sólidos en la comunidad. Excepto cuando los productos sean para llevar.

Tabla 6, Tabla de Insumos.

INSUMOS	
Tarrinas Plásticas	
Contenedores Plásticos	
Fundas Plásticas	

3.1.6. Cuadro de tecnología o equipamiento

Tabla 7, Tabla de Equipamiento.

Equipos	
Cocina de 6 quemadores	1
Licuadaora	2
Microondas	1
Horno	1
Extractor de jugos	1

3.1.7. Infraestructura física

El Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia se encuentra funcionando en la antigua Casa Comunal, la misma que fue remodelada con un presupuesto de la Prefectura de la provincia de Pichincha, según nos informa la Sra. Lilian Gualavisí presidenta del Centro. La infraestructura es de:

- Paredes de ladrillo, con columnas de hormigón
- Pisos de cerámica cocina, comedor y madera las habitaciones
- Cubierta es de madera y teja.
- En la infraestructura funcionan:
- Oficina administrativa
- Habitaciones para alojamiento de huéspedes

- Restaurante
- Cocina
- Patios
- Baños

Por ser una infraestructura remodelada, las diferentes áreas no se encuentran bien distribuidas y acondicionadas. Las habitaciones de huéspedes no cuentan con baños internos los mismos que son indispensables tomando en cuenta el clima frío de la zona.

El número de habitaciones es insuficiente y el restaurante es muy pequeño ya que el Centro Turístico ha recibido contratos para atención de aproximadamente 300 personas, teniendo en estos casos que contratar carpas para poder alojar a los huéspedes y armar un área de restaurante.

La cocina es muy pequeña, cuenta con un horno de leña que ocupa aproximadamente el 30% del espacio físico, además no tiene ventanas que permitan una ventilación adecuada.

Por todos estos antecedentes la comunidad se encuentra trabajando actualmente en la construcción de 8 cabañas en lo que se denomina la ruta del cóndor. Además han mantenido conversaciones con los funcionarios del departamento de turismo del Gobierno Municipal de Cayambe para mejorar la infraestructura del restaurante y la cocin

3.1.7.1. Planos Arquitectónicos

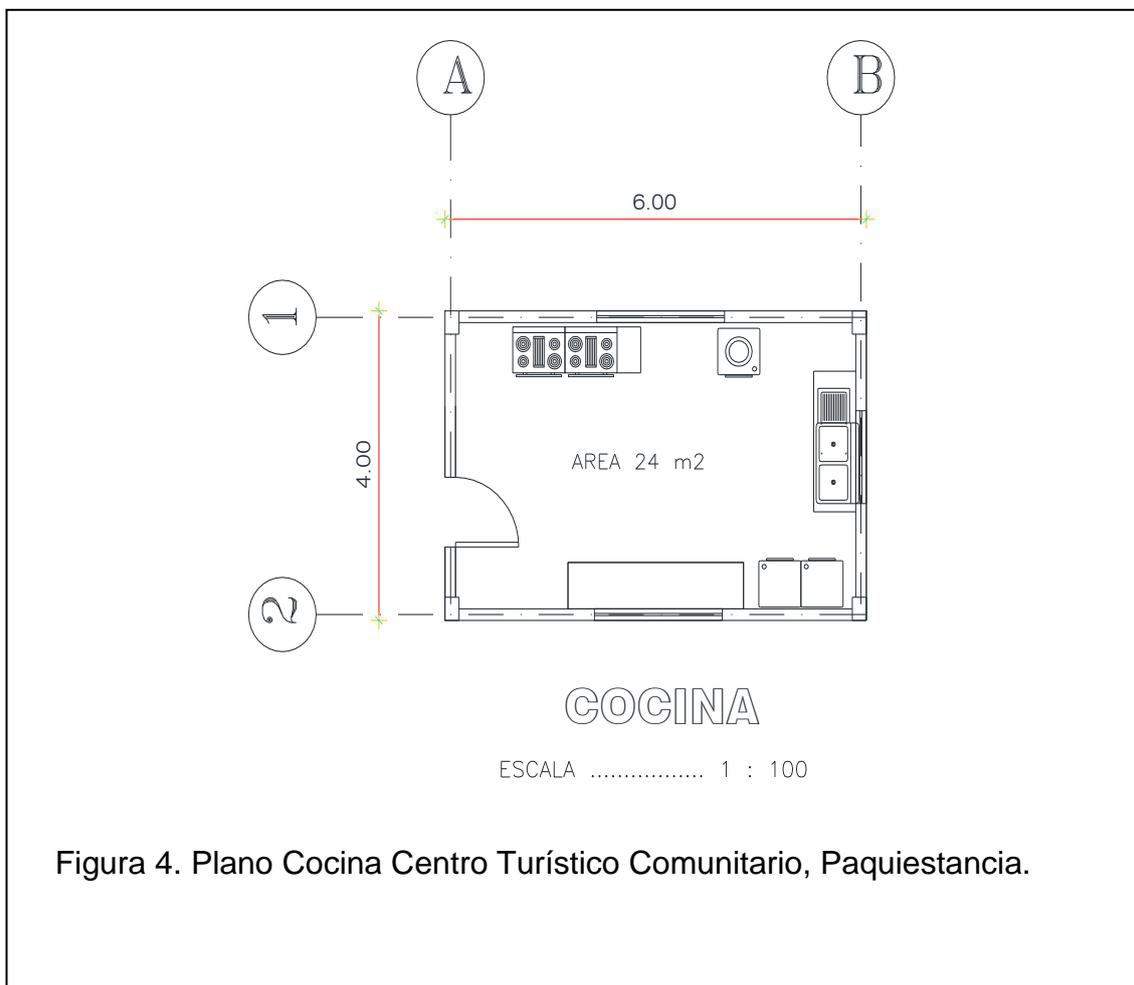


Figura 4. Plano Cocina Centro Turístico Comunitario, Paquiestancia.

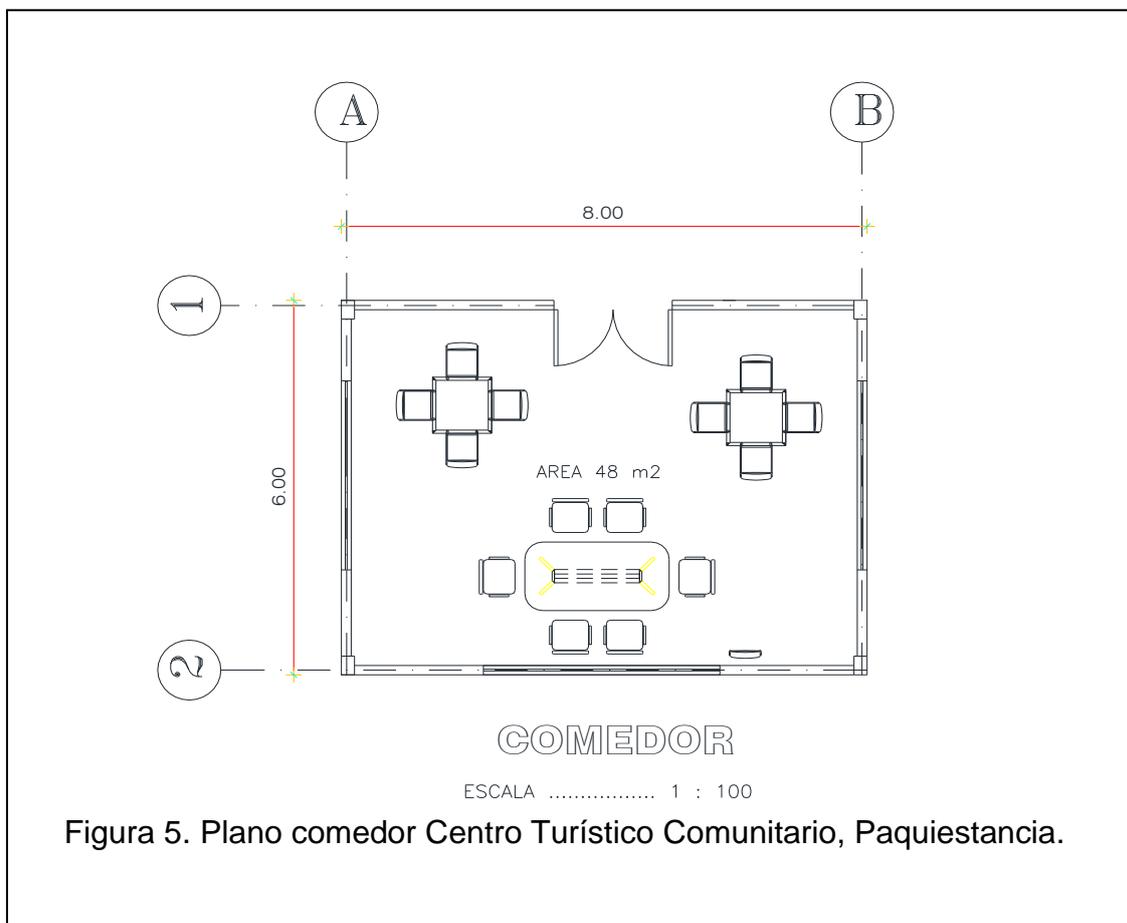
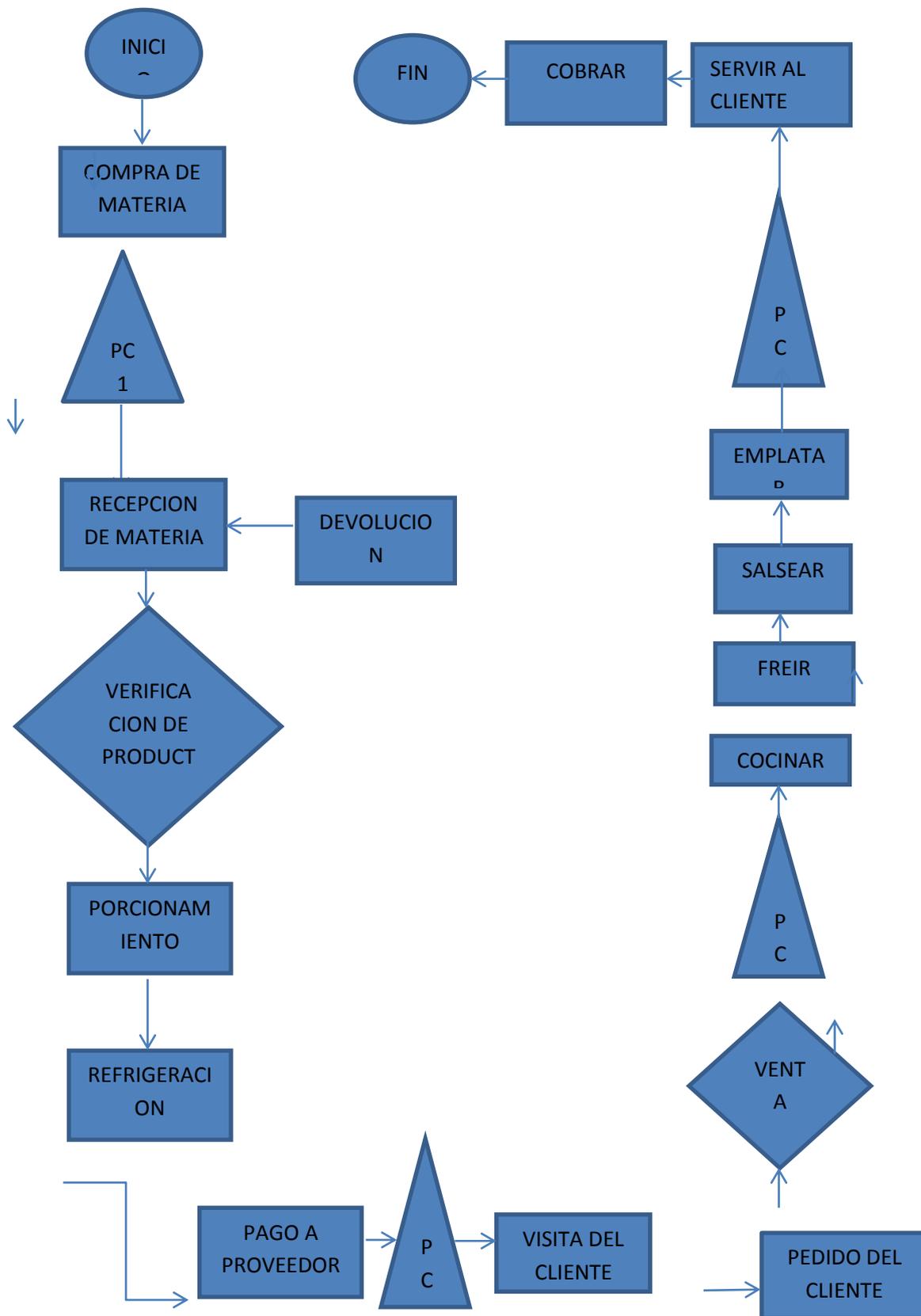


Figura 5. Plano comedor Centro Turístico Comunitario, Paquiestancia.

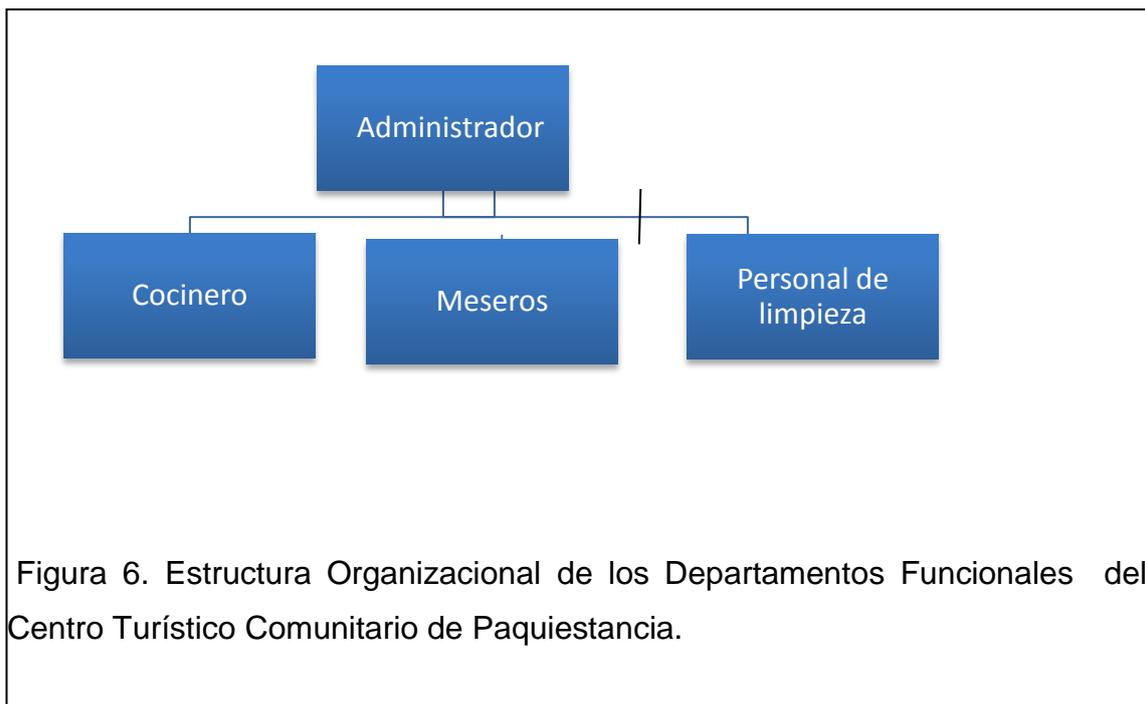
3.1.8. Diagrama de procesos



4. PLAN DE ORGANIZACIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

Departamentos funcionales

En el Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia dividiremos en las siguientes unidades funcionales:



Unidad de producción: En esta unidad se transforman las materias primas, productos alimenticios propios del sector, en productos finales, platos elaborados, los que serán ofertados a los clientes para satisfacer sus necesidades y preferencias.

Por ser un proyecto comunitario este departamento está integrado por un grupo de mujeres campesinas, las cuales se formarán y capacitarán en gastronomía. Recibirán talleres sobre técnicas básicas de cocción, sanidad y nutrición para que el Centro Turístico Comunitario pueda ofrecer y vender productos alimenticios nutritivos, de calidad, con una característica especial de respeto a sus valores culturales, sus creencias, su gastronomía y su cosmovisión andina.

Unidad de servicio: Es el departamento que está en contacto con el cliente, se encarga de presentar el menú a los usuarios del restaurante y ofrecen información adicional o del contenido del menú o carta cuando es requerido.

Este departamento está integrado por un grupo de jóvenes de la comunidad, los que serán formados y entrenados mediante charlas sobre: higiene, uso adecuado del uniforme, presentación personal, servicio al cliente, higiene en el momento del servicio y servicio tipo americano.

Unidad administrativa: Esta unidad está conformada por el señor Oscar Gualavisí que es un dirigente indígena de la comunidad, la presidenta Lilian Gualavisí. Se encargan de la parte administrativa y financiera del restaurante del Centro Turístico Comunitario. Se capacitarán sobre administración básica, arquitectura de menú, costos y receta estándar.

Unidad de adquisiciones y bodega: Esta unidad se encarga de provisionar de materia prima y controlar la correcta rotación de las mismas en Centro Turístico Comunitario. Está integrado por dos comuneros, los integrantes de este departamento se formarán y recibirán charlas sobre kárdex, almacenamiento adecuado de alimentos, higiene en bodegas y en un buen manejo de bodega.

Unidad de limpieza: esta unidad se encarga de la limpieza y desinfección del salón, bodegas y cocina del restaurante del Centro Turístico Comunitario, está integrado por jóvenes comuneros de Paquiestancia. También está planificado que este departamento reciba charlas sobre limpieza y desinfección.

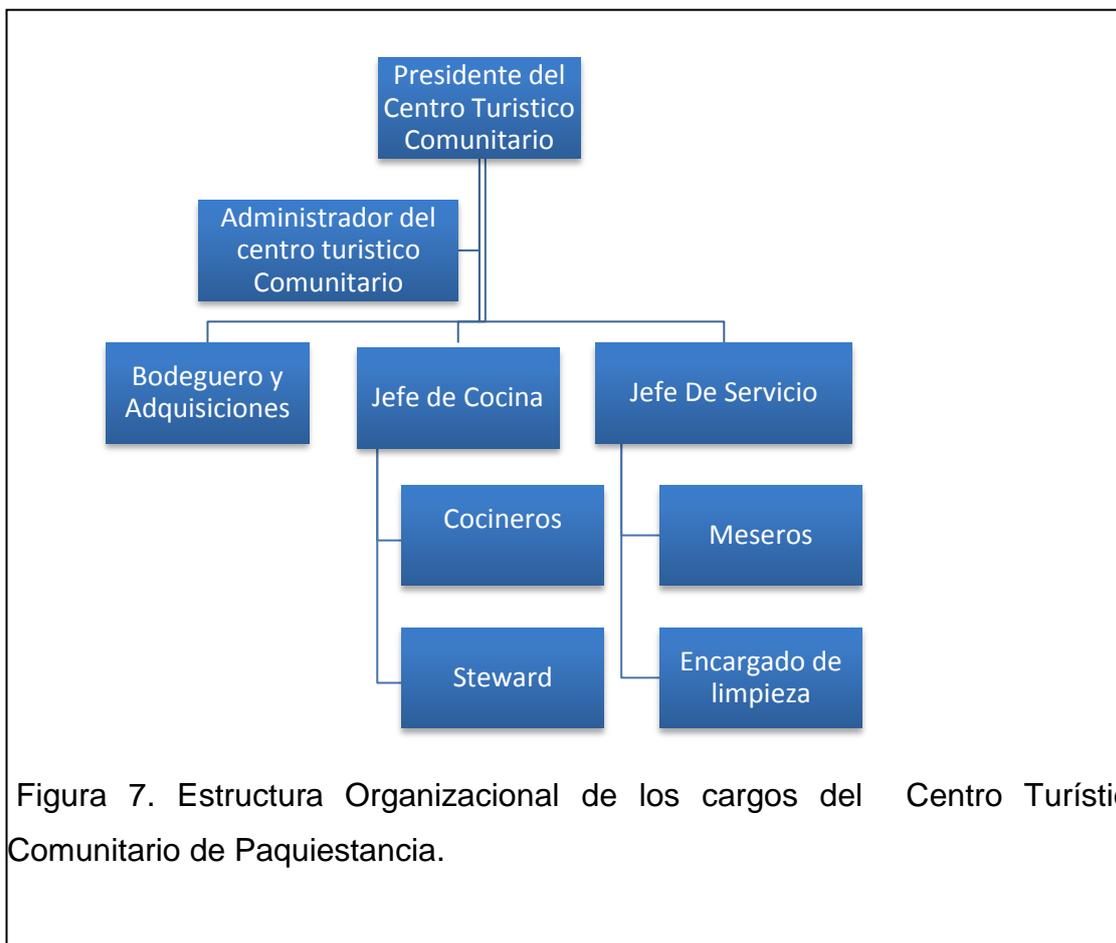
4.1.1. Inventario de Recursos Humanos

Este inventario nos ayudará a tener una base de datos para saber exactamente número de trabajadores que necesitaremos para que el Centro Turístico Comunitario funcione de la mejor manera.

Tabla 8

Cargos	Numero
Administrador	1
Jefe de cocina	1
Cocineros	1
Stewart	1
Limpieza	1
Jefe de servicio	1
Meseros	1
Bodeguero y adquisiciones	1

Organigrama de Cargos del Restaurante del centro Turístico comunitario



Descripción de los puestos en el Centro Turístico Comunitario

Presidente del Centro Turístico Comunitario:

- Revisa los reportes de todas las operaciones realizadas en el restaurante.
- Supervisa el presupuestos realizados por el área administrativa y financiera
- Supervisa el cumplimiento de objetivos
- Designa puestos, horarios y funciones a los comuneros.
- Supervisa a todos los puestos inferiores.

Administrador del restaurante del centro turístico comunitario

- Realiza presupuestos del restaurante
- Efectúa pago a proveedores
- Realiza pago a los comuneros
- Al final del mes da reporte de ingresos y egresos del centro turístico comunitario.
- Costea Recetas

Bodeguero

- Mantener limpia e higiénica la bodega
- Almacena adecuadamente los alimentos
- Realizar reportes diarios de materia primas que entran y salen a la bodega
- Control y mantenimiento de la tecnología y el equipamiento del restaurante
- Cierre y revisión de inventario mensual
- Control de materias primas
- Compras de materia primas

Jefe de cocina

- Organizar dirigir y supervisar las funciones en la cocina

- Controlar horarios del personal de cocina
- Controlar que todo el personal de cocina cumpla con las normas higiénico-sanitarias
- Contralar la calidad del producto que se va a ofrecer al cliente
- Controlar la normativa de prevención de riesgos dentro de la cocina.

Cocineros

- Cumplir con las funciones que se les ha otorgado y el área que se les ha otorgado.
- Cumplir con las normas higiénico-sanitarias.
- Cumplir con horarios
- Preparar los alimentos de acuerdo a la carta del restaurante
- Emplatar

Steward

- Limpieza y desinfección de vajilla y cristalería

Jefe servicio

- Organizar, dirigir y supervisar las funciones de los meseros
- Controlar horarios de meseros
- Controlar que todos los meseros cumpla con las normas higiénico-sanitarias
- Control de vajilla

Meseros

- Guiar a los clientes al momento de elegir su pedido.
- Cumplir con las normas higiénico-sanitarias.
- Cumplir con horarios
- Tomar los pedidos
- Elaborar las comandas
- Servir los alimentos
- Limpiar mesas, estaciones de servicio, menús y charolas

- Ser amable y cortés con los clientes

Limpieza

- Limpiar y desinfectar pisos, superficies, techos, puertas de la cocina, salón y baños del restaurante

5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se propone realizar una investigación de mercado a un grupo poblacional del cantón Cayambe, cuyas edades se encuentren entre los 19 a 40 años de edad, para conocer sus gustos y preferencias alimenticias y de esta manera potenciar los servicios que oferta actualmente el restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia, además para satisfacer las necesidades de los clientes e incrementar la venta de servicios y por lo tanto garantizar su sostenibilidad.

Se seleccionó este grupo poblacional porque en este rango de edad, las personas son asalariadas o trabajan por cuenta propia, poseen por lo tanto poder adquisitivo, pueden desplazarse y están en condiciones de realizar actividades que demandan esfuerzo, convirtiéndose en potenciales usuarios del turismo comunitario

Objetivos General

- Determinar los gustos y preferencias de los potenciales clientes que residen en la ciudad de Cayambe, en relación a la comida que ofrece el Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia, para fortalecer la gestión del Restaurante del Centro.

Objetivos Específicos

- Estudiar el mercado potencial de Cayambe para saber sus gustos y preferencias.
- Conocer gustos y preferencias de los habitantes de Cayambe.
- Conocer la percepción de los habitantes sobre el restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia.

Análisis del mercado

Después de haber investigado en fuentes oficiales como la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), página oficial del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cayambe, no se puede obtener información de competidores directos del Centro Turístico Comunitario.

Por lo anteriormente expuesto, se realizó una búsqueda de información indagando a los ciudadanos de Cayambe y a los comuneros de Paquiestancia sobre si conocen la existencia de restaurantes de características similares, obteniéndose la siguiente información: en el Centro de la ciudad de Cayambe encontramos un comedor comunitario que está gestionado por un grupo de mujeres de las comunidades rurales, las mismas que se dedican a la crianza, procesamiento y venta de cuyes; este comedor está apoyado por el Gobierno Provincial de Pichincha, los demás restaurantes de Cayambe son comerciales y no poseen características comunitarias.

En lo referente al número de habitantes podemos indicar que según el INEC, el cantón Cayambe cuenta con una población de 84.458 habitantes, de los cuales el 49% son hombre y el 51% son mujeres; en el rango de 19 a 40 años de edad se encuentran 29.985 personas; de las cuales 14.448 son hombres y 15.537 son mujeres y de este grupo el 41% es población urbana es decir viven en la ciudad de Cayambe, con lo cual el grupo objetivo principal está conformado por 12.293 personas que son los que utilizarían los servicios de turismo rural y podrían visitar el Centro Turístico Comunitario convirtiéndose en usuarios del restaurante. (INEC, 2015)

Características de la demanda

Tabla 9, Demanda.

Demanda	Mercado objetivo de 12.293 personas
	Es una demanda suficiente y adecuada
	Potenciales clientes con buena capacidad de adquisición, en el cantón Cayambe existe demanda suficiente de trabajo.
	Una demanda interesada conocer, valorar y rescatar las costumbres del pueblo indígena Kayamby.

Características de oferta

Tabla 10, Tabla de Oferta.

Oferta	No hay otras ofertas con características comunitarias similares a las del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia
	Únicamente existen restaurantes con características comerciales
	No existen competidores directos
	Hay varios competidores indirectos

Instrumentos de recolección de información

5.1.1. Entrevista

Para estructurar adecuadamente y validar la encuesta, se realizó una entrevista a un grupo focal de 15 personas, que viven en la cabecera cantonal del cantón Cayambe, la entrevista tuvo preguntas abiertas y cerradas referentes a las preferencia y gustos de productos que ofrece un restaurante comunitario.

5.1.2. Muestra

Para conocer el número de personas que formarían la muestra y serán encuestadas se aplicó la siguiente fórmula:

(Ecuación 2)

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Donde

n= Muestra

N= Población

E= error (5%)

Aplicación de formula

$$n = \frac{12293}{0,05^2(12293 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{12293}{0,0025(12294) + 1}$$

$$n = \frac{12293}{(30,735) + 1}$$

$$n = \frac{12293}{31,735}$$

$$n = 387$$

El número de personas a encuestar es de 387.

Ejemplo de Encuesta

Nro.:

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos y preferencias del consumidor, relacionado al consumo de alimentos en un restaurante.

Se garantiza que la información que proporcione, será confidencial.

Marque con una X según corresponda:

1.- Género F: M:

2.- Edad: Años:.....

3.- ¿Usted estaría dispuesto a conocer una propuesta comunitaria en la que se incluye actividades turísticas como un restaurante?

Si No

4.- ¿Usted usualmente sale a comer fuera de casa en un restaurante?

Sí No

5.- ¿Cuántas veces por semana frecuenta un restaurante?

Una vez a la semana

Dos veces a la semana

Tres veces o más a la semana

6.- ¿En qué momento del día come en un restaurante con mayor frecuencia?

Almuerzo

Merienda

7.- Usted al momento de elegir un restaurante lo elige por:

Precio

Servicio

Calidad

Ubicación

8.- ¿Con cuántos miembros de su familia incluyendo sale a comer en un restaurante?

1

2

3

4

5

6

9.- ¿Conoce usted un restaurante comunitario?

Si

No

10.- ¿Cuál es el restaurante de comida nacional que más visitas? Marque con una x

Antojitos de cuy

Las Pailitas

Fritadas rosita

11.- ¿Cuál es el tiempo promedio que usted ocupa cuando visita un restaurante?

30 minutos

45 minutos

60 minutos o más

12.- ¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a gastar por persona cuando usted acude a un restaurante de comida nacional?

GRACIAS

6. PLAN DE MARKETING

Segmentación de mercado

Según Philip Kotler economista y especialista en mercadeo, la definición de Segmentación de mercado es: “Dividir un mercado en distintos grupos de compradores con base en sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes”(Kotler, 2008)

Después de este concepto detallaremos las especificaciones del perfil del posible consumidor del restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia.

Tabla 11. Tabla de Oferta.

Nacionalidad	Ecuatoriano,	Extranjero
Edad	19-40	19-40
Sexo	Masculino o femenino	Masculino o femenino
Nivel socio económico	Medio-alto	alto
Necesidades	Ocio, recreación, alimentación	Ocio, recreación, alimentación
Intereses	Actividades al aire libre, conocer otras culturas, protección de recursos naturales y degustar gastronomías tradicionales	Actividades al aire libre, conocer otras culturas, protección de recursos naturales y degustar gastronomías tradicionales
Actividades	Aventura, observación de la flora y fauna	Aventura, observación de la flora y fauna

En conclusión es un segmento de turistas ecuatorianos o extranjeros que se encuentran en una edad comprendida entre 19 a 40 años, de sexo: masculino o femenino, con un nivel socioeconómico: medio-alto que quiere satisfacer la necesidad básica de alimentación y otras necesidades como el ocio y la recreación, interesado en conocer otras culturas y degustar la gastronomía del pueblo Kayambya además de realizar actividades al aire libre que permiten conocer la naturaleza.

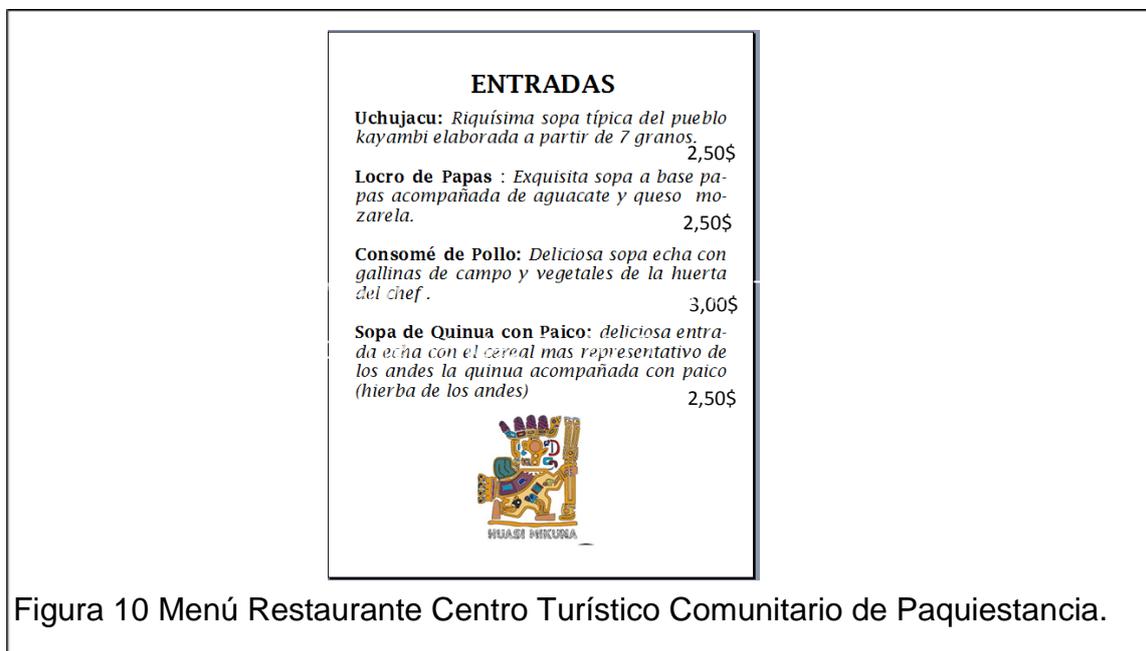
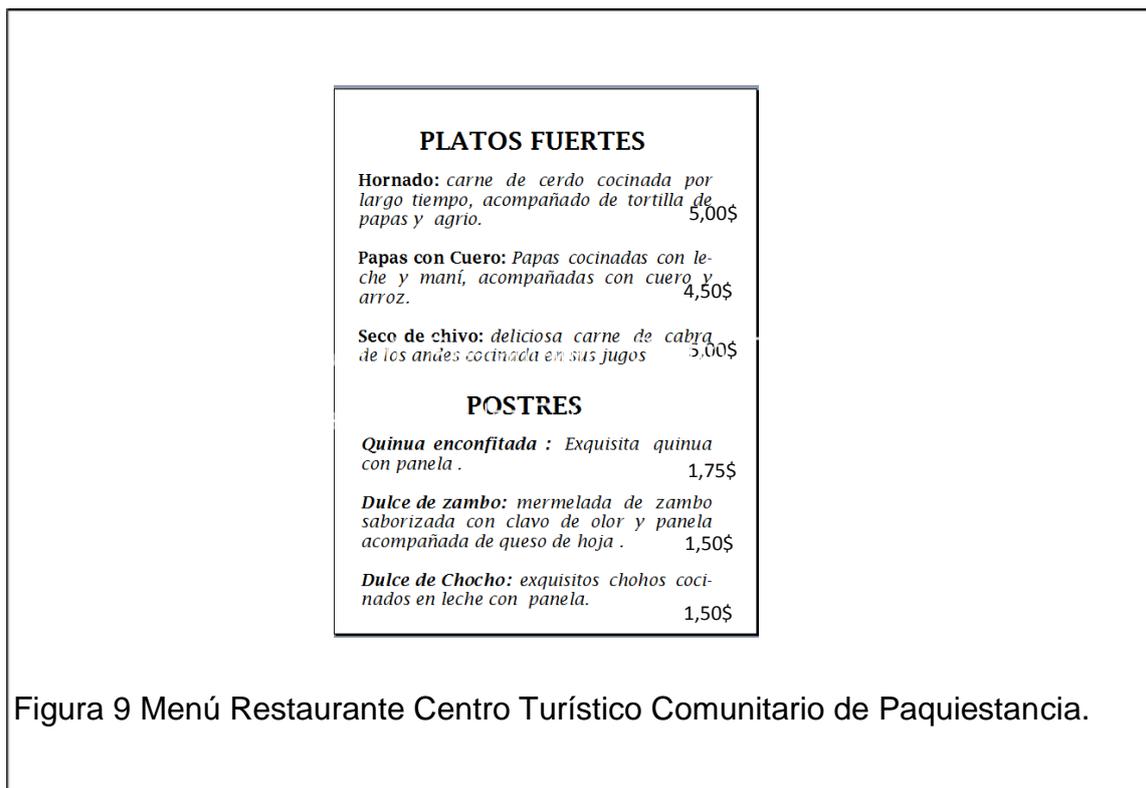
Producto

El restaurante del Centro Turístico Comunitario ofrece comida Ecuatoriana Andina que tiene como base la cultura ancestral gastronómica de Paquiestancia, utilizando los productos autóctonos de la zona. El menú es elaborado por un grupo de mujeres campesinas designadas por la comunidad que forman parte del personal del restaurante del Centro Turístico Comunitario, mujeres que fueron designadas ya que tienen conocimientos ancestrales gastronómicos, los mismos que han sido transmitidos de generación en generación.

6.1.1. Desarrollo de menú



Figura 8, Menú Restaurante Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia.



Marca

Según Philip Kotler Marca es: “Nombre, término, signo, símbolo, diseño, o combinación de estos elementos, que busca identificar los bienes o servicios

de un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los de sus competidores” (Kotler, 2008)

El nombre del restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia es “HuasiMicuna” palabras en quichua que significan “Casa para Comer”, debemos anotar que en este restaurante los clientes tendrán la oportunidad de degustar platos tradicionales que regularmente consumen las familias campesinas del pueblo Kayambi.

Logotipo

Para la elaboración del logotipo se ha tomado en cuenta el símbolo de uno de los personajes de las fiestas Andinas el “diabluma”, personaje folclórico que es líder de la danza. Además en el logo está presente el cóndor, que es la ave andina más importante del Ecuador y la representación del senderismo que es la principal actividad turística de la zona. Los colores elegidos son los colores más utilizados en la vestimenta de los pueblos andinos.



Figura 11. Logo Restaurante Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia.

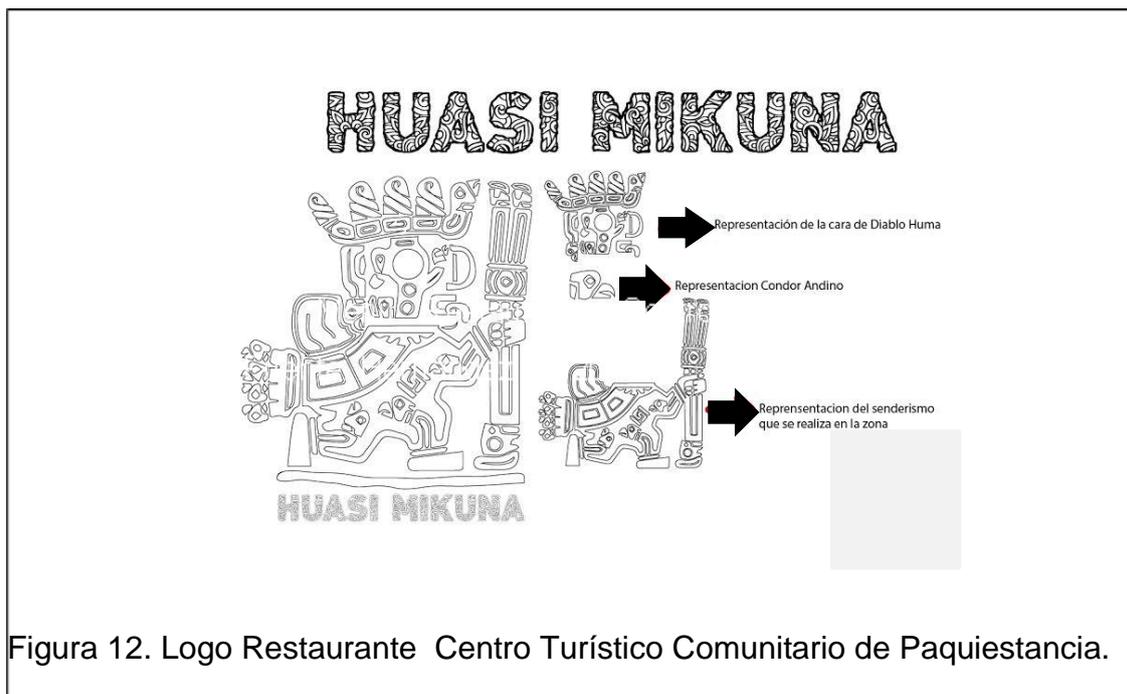


Figura 12. Logo Restaurante Centro Turístico Comunitario de Paqui estancia.

Servicio

Según Philip Kotler Servicio es: “Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo” (Kotler, 2008)

Tomando en cuenta el concepto anterior concluimos que el Restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paqui estancia ofrece servicios de calidad pensando siempre en la satisfacción cliente como son:

- Servicio de Restaurante
 - Almuerzo
 - Cena
 - Platos a la carta
- Servicio de Catering
- Servicio de eventos corporativos
- Servicio de Parqueadero
- Música ambiental
- Servicio de Wifi
- Eventos Sociales

Estrategias de Marketing

6.1.2. Estrategia de precio

- Utilizaremos la estrategia de precio basadas en el costo, es decir al costo total del producto le sumaremos un margen de utilidad. Utilizamos esta estrategia ya que es una forma adecuada de entrar al mercado ofreciendo un producto de calidad a un precio justo, otra razón por la que se eligió esta estrategia es: Al ser un restaurante de un emprendimiento comunitario y administrado por campesinos esta será la forma más simple y segura de conseguir la sostenibilidad económica de la empresa.

6.1.3. Estrategia de distribución

- Por ser un restaurante no existen intermediarios o canales de distribución del producto.
- El producto es elaborado en el restaurante del Centro Turístico Comunitario y vendido al cliente en el mismo lugar. En conclusión la distribución del producto es directa del Restaurante al cliente sin intermediarios lo que produce beneficios para la comunidad y los clientes del restaurante.

6.1.4. Estrategia de Producto

- La estrategia de producto que el Centro Turístico Comunitario va a utilizar, estará basada en la calidad del producto. Para esto se controlarán los puntos críticos en la producción o elaboración de todos los productos que vayan a ser dirigidos al cliente. Se tomarán en cuenta factores como presentación, higiene en la elaboración, calidad de materias primas, temperaturas, etc. El objetivo de esta estrategia es darle crecimiento y distinción a la marca "HuasiMikuna".

6.1.5. Estrategia de comunicación

- Para la comunicación y comercialización del restaurante del Centro Turístico Comunitario se utilizarán los siguientes medios:
- Correo o email: el que nos ayudará tener una comunicación rápida y oportuna con los clientes permitiendo generar respuestas inmediatas a cualquier inquietud de los clientes y a la vez servirá como medio de difusión e información de nuevos productos y promociones.
- Página web: la misma que será interactiva y tendrá información del restaurante, sus productos y servicios, comentarios de los clientes, galería fotográfica del restaurante y ubicación del restaurante. Además de la información de la cultura de la comunidad de Paquiestancia.
- Redes sociales: se crearán cuentas del restaurante en las principales redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, etc. En estas se subirá información continua del restaurant: el tipo de servicios que ofrece, características de la gastronomía del pueblo Kayambi y las promociones

7. PLAN FINANCIERO

7.1 Costos de cada receta

Para conocer el costo por porción de cada plato, se necesita costear las recetas de los platos tradicionales seleccionados con la participación de la comunidad. Este procedimiento se efectúa aplicando la siguiente receta estándar.

Nombre de la receta	Locro de papas			
Genero	Entradas			
Porciones/Peso porcion	10			
Fecha de elaboracion	6/27/2015			
Bateria a ocupar				
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,04	ml	Aceite	\$ 3,50	\$ 0,14
0,25	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,30
3	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,15
1	kg	Papa Chola	\$ 3,50	\$ 3,50
0,5	kg	Leche	\$ 0,80	\$ 0,40
0,2	kg	Queso rallado	\$ 8,00	\$ 1,60
5	u	Aguacate	\$ 0,50	\$ 2,50
0,2	kg	Perejil	\$ 2,00	\$ 0,40
0,5	ml	Agua	\$ -	\$ -
Fotografia			Costo total:	\$ 9,03
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 0,90

Ver en anexos el resto de las recetas estándar tradicionales seleccionadas y costeadas.

Los costos por porción son los siguientes:

RECETAS	COSTOS USD
Uchujacu	0.97\$ por porción
Locro de papas	0.90\$ por porción
Sopa de quinua con paico	1.25\$ por porción
Caldo de gallina	0.83\$ por porción
Hornado	2.43\$ por porción
Guatita	0.94\$ por porción
Seco de chivo	1.65\$ por porción
Papas con cuero	1.66\$ por porción
Dulce de chocho	0,55\$ por porción
Dulce de zambo:	0.48\$ por porción
Quinua enconfitada:	0.81\$ por porción
Jugo de taxo:	0.53\$ por porción
Jugo de mora:	0.44\$ por porción
Jugo de tomate de árbol:	0.41\$ por porción
Jugo de uvilla:	0.49\$ por porción

7.2 Precio de Venta

Para la determinación de precio de venta de los productos ofertados por el Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia se ha utilizado la estrategia de “fijación de precios basada en la competencia”, es decir tomamos en cuenta: los costos, las promociones y las estrategias de los competidores más cercanos, por lo tanto nuestros precios serán menores de lo que los competidores cobran por productos similares; esta estrategia nos permitirá ganar mercado ya que los consumidores basarán su juicio sobre el valor de un producto y lo compararán

Tabla 12, Tabla estrategia de fijación precios basada en la competencia.

Plato	Centro Turístico Comunitario	Shungu Huasi	Hosteria San Luis
Uchujacu	\$ 2,50	\$ 3,50	No oferta
Locro de papas	\$ 2,50	\$ 3,50	\$ 5,00
Sopa de quinua con paico	\$ 2,50	\$ 3,50	\$ 4,00
Caldo de gallina	\$ 3,00	\$ 3,50	\$ 4,00
Hornado	\$ 5,00	\$ 5,50	\$ 7,50
Guatita	\$ 4,50	No oferta	No oferta
Seco de chivo	\$ 5,00	\$ 5,50	\$ 6,00
Papas con cuero	\$ 4,50	\$ 5,50	No oferta
Dulce de chocho	\$ 1,50	No oferta	No oferta
Dulce de zambo	\$ 1,50	No oferta	No oferta
Quinua enconfitada	\$ 1,75	No oferta	No oferta
Jugo de taxo	\$ 1,50	\$ 2,50	\$ 2,75
Jugo de mora	\$ 1,50	\$ 2,50	\$ 2,75
Jugo de uvilla	\$ 1,50	\$ 2,50	\$ 2,75
Jugo de tomate de árbol	\$ 1,50	\$ 2,50	\$ 2,75

7.3 Food y Beverage Cost

Food y beverage Cost se establecen mediante la comparación de la materia prima en relación al precio de venta y multiplicándolo por 100. Es decir es el porcentaje de la venta que gastamos en materia prima. Al analizar este porcentaje se dice que si éste se encuentra en un 35% el negocio es rentable. Las fórmulas son las siguientes:

$$\text{Food Cost} = \frac{\text{precio costo}}{\text{precio de venta}} \times 100$$

$$\text{Beverage Cost} = \frac{\text{precio costo}}{\text{precio de venta}} \times 100$$

El Food Cost del restaurante del Centro turístico comunitario es el siguiente:

Tabla 13, Food Cost.

Food Cost		
Receta	Precio costo	Precio de venta
Uchujacu	0,97	2,50
Locro de papas	0,9	2,50
Sopa de quinua con paico	1,25	2,50
Caldo de gallina	0,83	3,00
Hornado	2,43	5,00
Guatita	0,94	4,50
Seco de chivo	1,65	5,00
Papas con cuero	1,66	4,50
Dulce de chocho	0,55	1,50
Dulce de zambo	0,48	1,50
Quinua enconfitada	0,81	1,75
Total	12,47	34,25

(Ecuación 3)

$$\text{Food Cost} = \frac{12,47}{34,25} \times 100 = 36\%$$

Tabla 14, Tabla Beverage Cost

Beverage cost		
Receta	Precio costo	Precio de venta
Jugo de taxo	0,53	1,50
Jugo de mora	0,44	1,50
Jugo de uvilla	0,49	1,50
Jugo de tomate de árbol	0,41	1,50
Total	1,87	6,00

(Ecuación 4)

$$\text{Beverage Cost} = \frac{1,87}{6,00} \times 100 = 31\%$$

El Food and Beverage Cost del restaurante es el siguiente:

Tabla 15, Food and Beverage Cost

Food and Beverage Cost		
Receta	Precio costo	Precio de venta
Uchujacu	0,97	2,50
Locro de papas	0,9	2,50
Sopa de quinua con paico	1,25	2,50
Caldo de gallina	0,83	3,00
Hornado	2,43	5,00
Guatita	0,94	4,50
Seco de chivo	1,65	5,00
Papas con cuero	1,66	4,50
Dulce de chocho	0,55	1,50
Dulce de zambo	0,48	1,50
Quinua enconfitada	0,81	1,75
Jugo de taxo	0,53	1,50
Jugo de mora	0,44	1,50
Jugo de uvilla	0,49	1,50
Jugo de tomate de árbol	0,41	1,50
Total	14,34	40,25

(Ecuación 5)

$$\text{Food and Beverage Cost} = \frac{14,34}{4,25} \times 100 = 35\%$$

7.4 Ticket promedio

Es la facturación promedio que un cliente realiza al acudir y utilizar los servicios del restaurante del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia. Una vez obtenidos los precios de cada uno de los platos, calculamos el promedio de 3

posibles escenarios, en los que un cliente solicita una entrada, una bebida y un plato fuerte, diferentes en cada escenario. El ticket promedio resultante es de 9,56 dólares.

Tabla 16, Ticket Promedio.

Ticket Promedio							
Secciones del Menú	Platos y Bebidas	Precio de venta	Promedio por sección	Posibles Escenarios			Promedio de Escenarios Posibles 1-2-3 TICKET PROMEDIO
				+ (A) Entrada + (B) Plato Fuerte + (C) Postre + (D) Bebida	Promedio: (A) Entrada o (C)) Postre + (B) Plato Fuerte + (D) Bebida	Promedio: (A) Entrada o (C)) Postre + (B) Plato Fuerte + (D) Bebida x 2	
Entradas	Locro de papa	2,50	2,63				
	Colada de Uchuhacu	2,50					
	Sopa de quinua con Paico	2,50					
	Caldo de Gallina	3,00					
Platos Fuertes	Hornado	5,00	4,75	\$ 10,46	\$ 8,35	\$ 9,85	\$ 9,56
	Guatita	4,50					
	Papas con Cuero	5,00					
	Seco de chivo	4,50					
Postres	Dulce de zambo	1,50	1,58				
	Dulce de chochos	1,50					
	Quinua enconfitada	1,75					
Bebidas	Jugo de mora	1,50	1,50				
	Jugo de tomate de árbol	1,50					
	Jugo de taxo	1,50					
	Jugo de uvilla	1,50					

7.5 Capital de trabajo

Capital de trabajo son los recursos financieros iniciales necesarios a invertir para el funcionamiento del restaurante del Centro Turístico Comunitario. Es importante anotar que el restaurante ya se encuentra funcionando y tiene muchas falencias en equipos de cocina y del restaurante.

Para el cálculo de la inversión inicial, se procedió a realizar un listado de requerimiento de equipos y mobiliarios básicos necesarios con los que actualmente no cuenta el restaurante, seguidamente calculamos el costo de dichos implementos necesarios para dar un buen servicio, siendo el costode la inversión inicial de 11.731,50 USD.

7.6 Rotación en Ventas

Es el costo de las ventas del restaurante del Centro Turístico Comunitario en un determinado lapso de tiempo, en este caso se realizará el cálculo por años. Se calculará la rotación en ventas de los 5 primeros años del restaurante. Ver en anexos.

7.7 Nómina Salarial

Es el registro de todos los trabajadores del restaurante, sus salarios y beneficios que de acuerdo a la ley del Ecuador les corresponde como: décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, fondos de reserva, vacaciones y seguro social. La nómina salarial nos permite conocer el costo total de mano de obra. Una vez calculado los costos de la nómina salarial, obtenemos un valor de 3.651,14 dólares mensuales. Los cálculos ver en anexos.

7.8 Costos Fijos y Otros Costos

Los costos fijos son aquellos que no varían y no se relacionan con el nivel de producción del restaurante, por ejemplo gastos de internet. En el restaurante del Centro Turístico Comunitario el valor total de costos fijos es de 282,50 dólares mensuales. Ver cálculos en anexos.

7.9 Presupuesto

El presupuesto es el cálculo anticipado de los egresos e ingresos del restaurante, se lo realiza anualmente calculando los ingresos: ingreso de alimentos más ingreso de bebidas; estese obtuvo multiplicando el promedio de clientes día por el ticket promedio y multiplicando por los 365 días del año; a esto le restamos los gastos totales en los que figura: la nómina salarial, aportes al IESS, servicios básicos, servicios complementarios, equipos y materiales y publicidad y transporte. En el cálculo del presupuesto realizado en el restaurante del Centro Turístico Comunitario obtuvimos como resultado 222,02 USD de utilidad anual.

Con este resultado podemos indicar que el funcionamiento del restaurante no genera pérdida, sin embargo se requiere incrementar el número de clientes, para generar ganancia, esto se realizará mediante campañas periódicas de publicidad en las ciudades de Cayambe y Tabacundo con el propósito de contar mayores ingresos, que permitan provisionar las depreciaciones de equipos y mejorar los ingresos del personal.

Tabla 17, Presupuesto general:

Ingresos	40117,04
Costo total de ventas	13964,58
Gasto totales	25930,44
Total	222,02

7.10 Balance general

Para elaborar el balance general del Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia se revisaron los documentos contables de esta empresa comunitaria, observándose que se cuenta con un inventario de alimentos no perecibles de 300 dólares, dentro de los activos fijos se tiene valorado la infraestructura del restaurante y la cocina en 20.000 USD, los muebles y enseres con los que se cuenta tienen un valor de 5.000,00 USD y los equipos de línea blanca tienen un costo de 2.000,00 USD.

El Centro Turístico Comunitario cuenta con un total de activos de 27.510, un total de pasivos de 658,78 USD, dándonos un patrimonio de 26.851,22 USD

Tabla 18, Balance general:

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES	150	
Caja	50	
Bancos	100	
<i>CUENTAS POR COBRAR</i>	60	
Cuentas por cobrar	60	
<i>INVENTARIOS</i>	300	
Inventario/Materia prima	300	
ACTIVOS FIJOS	27000	
Muebles y Enseres	5000	
Línea blanca	2000	
Edificio	20000	
TOTAL ACTIVOS	27510	
PASIVOS		
<i>CUENTAS POR PAGAR</i>		658,78
Proveedores		200
<i>APORTES A IESS POR PAGAR</i>		458,78
TOTAL PASIVOS		658,78
PATRIMONIO		26851,22

8. PLAN LEGAL

8.1 Figura Jurídica

Los Centros Turísticos Comunitarios entre estos el restaurante del Centro Turístico comunitario de Paquiestancia se crea de acuerdo a los procesos legales que establece la ley y la constitución del Ecuador.

En la Ley del turismo, Art 12 dice:

Que cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta ley y a los reglamentos respectivos;

Según el Reglamento Para Los Centros Turísticos Comunitarios, Art. 4

Personalidad jurídica.- Los Centros de Turismo Comunitarios, (CTC), deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.(Acuerdo Ministerial 16, 2010)

Después de considerar los anteriores artículos podemos decir que le Restaurante del Centro Turístico comunitario de Paquiestancia está constituido como persona jurídica, ya que todos comuneros de Paquiestancia aportan con activos, trabajo o capital y la ganancias son repartidas a todos los comuneros.

8.1.1. Ventajas Persona Jurídica

- La responsabilidad es dividida entre los socios, es decir los dueños se responsabilizan de forma limitada de todas las obligaciones que

puede tener la empresa como deudas, las cuales serán cubiertas con los activos de la empresa.

- Facilidad de capital ya que al ser varios socios es más fácil generar un gran capital.

8.1.2. Desventajas Persona Jurídica

- Requiere una gran inversión para su constitución
- Se requiere llevar varios documentos contables.
- Es muy difícil de constituirla ya que se deben realizar una gran cantidad de trámites.

8.2. Requisitos Centros Turísticos Comunitarios

Por ser una actividad económica, el turismo comunitario se inscribe en la economía popular y solidaria, la misma que exige los requisitos legales.

Según Instructivo para registro de Centros Turísticos Comunitarios Art. 2.

Para realizar el registro único de todos los Centros Turísticos Comunitarios, las comunidades deberán estar constituidas como personas jurídicas debidamente aprobadas por la autoridad competente. El registro se lo hará en las gerencias regionales o direcciones provinciales del Ministerio de Turismo del país. Debiendo adjuntar la siguiente documentación:

- a) Solicitud de registro dirigida a la máxima autoridad del Ministerio de Turismo en el que se consignarán las actividades que realizará;
- b) Acreditación de la organización al amparo de la Constitución Política de la República (Art. 84); Art. 1 y 3 de la Ley de Organizaciones y Régimen de Comunidades; y, demás normas, en especial el Acuerdo Ministerial No. 20070130, publicado en el Registro Oficial No. 266 de 6 de febrero del 2008 o informe técnico que justifique la calidad de comunitario del

- centro expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, por la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, FEPTCE. Con excepción de las organizaciones determinadas en el Art. 7 de la Ley de Turismo;
- c) Nombramiento que acredite la representación legal del peticionante de registro a nombre del centro turístico comunitario;
 - d) Acta, suscrita por los miembros del centro turístico comunitario, en la que conste la decisión de registrarse, así como, la delegación a la persona que actuará como representante para realizar el registro;
 - e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo;
 - f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo; según Acuerdo No. 20050015 de fecha 26 de julio del 2005. (Numeral 1.2.3);
 - g) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, en la que conste, como objeto de la persona jurídica, la prestación de servicios turísticos comunitarios; y
 - h) Determinación de los servicios turísticos que brindarán, y la zona geográfica en la que circunscribe el servicio de turismo comunitario.

(Acuerdo Ministerial 24, 2009)

8.3. Deberes Laborales de los centros turísticos comunitarios

Los centros turísticos comunitarios cumplirán con todas las obligaciones con sus empleados.

- Afiliación al IESS
- Pago de décimo tercero y cuarto sueldo.
- Derechos a vacaciones.
- Permiso por maternidad, paternidad y enfermedades.

- Firma de un contrato de trabajo a plazo fijo con período de prueba. (ver ejemplo de contrato en Anexos)

8.4. Responsabilidades tributarias de los Centros Turísticos Comunitarios

Los Centros Turísticos Comunitarios tienen responsabilidades iguales a las demás personas jurídicas:

- Actualización permanente del RUC.
- Declaración de IVA, aun si no se retiene por venta de servicios.
- Declaración del impuesto a la renta.
- Tener contabilidad
- Facturar las ventas.
- Requisitos para Obtención del RUC
- Resquicito para inscripción de sociedades

8.5. Entidades a las que se rigen los centros turísticos comunitarios

- Municipios
- Cuerpo de Bomberos
- Ministerio de Turismo
- Servicio de Rentas Internas
- Ministerio del Ambiente

8.5.1. Requisitos para Permiso de Funcionamiento Ministerio de Salud Publica

- Copia del RUC actualizado del establecimiento
- Planos de la planta industrial procesadora de alimentos en escala 1:50 con la distribución de las áreas correspondientes y flujo de proceso.
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento

- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaportey papeleta de votación del propietario representante legal
- Copia certificada o notariadadel nombramiento del Representante Legal
- Copia certificada o notariadadel título del profesional responsable (Ing. en Alimentos –Bioquímico o Químico Farmacéutico de Alimentos) registrada en el Ministerio de Salud Pública
- Copia del registro del título en el SENESCYT
- Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- Copia del certificado de capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura debidamente validado por la DPSP
- Certificado de categoría de la fábrica otorgada por el Ministerio de Industrias y Productividad y Subsecretaria de la Calidad Procesos de elaboración de productos con guía de buenas prácticas y condiciones higiénicas sanitarias, suscritos por el representante Técnico
- Descripción detallada de los productos, su proceso de producción, sistema de almacenamiento y conservación
- Lista seleccionada de proveedores de ingredientes y/o productos alimenticios
- Descripción del sistema de envasado y rótulo en idioma Castellano
- cumpliendo normas INEN de ser el caso

8.5.2. Requisitos para la Patente Municipal de Cayambe

- Llenar el formulario único para la obtención de los permisos para ejercer Actividades Económicas en el cantón Cayambe.
- No adeudar al Municipio, el propietario y/o arrendatario, del predio donde se realiza la actividad económica

- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del informe de uso de suelo
- Copia de la Calificación Artesanal vigente
- Informe Técnico Ambiental otorgado por la Dirección de Gestión Ambiental del GADIP del Municipio de Cayambe
- Licencia única de funcionamiento
- Permiso de Bomberos de Cayambe

8.6. Requisito para obtener el Permiso de Funcionamiento Municipal de Cayambe para una empresa de alimentos y bebidas:

- Copia del documento de desembolso de la patente municipal
- Permiso del uso del suelo
- Una copia actualizada del RUC.

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS

9.1. Resultado 1: Plan Operativo

Después de la elaboración del Plan Operativo del restaurante del Centro Turístico Comunitario podemos identificar que la capacidad instalada es para 40 personas, que deben estar ubicadas en 6 mesas de 6 puestos cada una, y una mesa para 4 puestos.

Una vez revisados los registros del número de clientes atendidos en el primer semestre del año 2015, se observó que se atendieron 2116 clientes en 181 días, dando como resultado un promedio de clientes diarios de 11,6.

Para la elaboración del menú se tomó en cuenta los ingredientes autóctonos de la zona y las ideas aportadas por el grupo de mujeres que laboran en el restaurante del Centro Turístico Comunitario, esto nos ayudará a dar facilitar el flujograma de procesos ya que las personas están muy familiarizadas con los ingredientes y las recetas.

El Plan Operativo permitió a evaluar la infraestructura existente del lugar para optimizarla al máximo, así : la cocina es de 24 m², el comedor es de 48 m², patios 200 m², 14 m² los baños y la oficina administrativa 24 m² en los cuales se visualizó las falencias para en el futuro realizar los cambios necesarios.

9.2. Resultado 2: Investigación de Mercado

La investigación de mercados nos permitió identificar la demanda en la ciudad de Cayambe, siendo los potenciales clientes 12.293, estas personas poseen una buena capacidad de adquisición, es una población interesada en conocer, valorar y rescatar costumbres del pueblo Kayamby. Además identificamos la oferta inexistente ya que es el único restaurante en la zona con esas

características comerciales, es decir no existen competidores directos solo indirectos.

Para determinar el gusto y referencias de los futuros clientes se elaboró una encuesta con una muestra de 387 personas, de las cuales el 54% son de género femenino y el 48% restantes es de género masculino. Esta encuesta nos dio como resultado los siguientes gustos y preferencias:

- El 93% de los encuestados está dispuesto a conocer una propuesta comunitaria en las cuales se incluyen servicios de un restaurante que ofrece platos de comida ancestral elaborados con productos propios de la zona y cultivados de forma orgánica.
- El 100% de los encuestados comen fuera de casa.
- El 33,3% de los encuestados salen a comer una vez a la semana; el 30% comen fuera de casa dos veces a la semana; el 36,6% come fuera de casa tres veces o más por semana.
- El 60 % de los encuestados come fuera de casa con mayor frecuencia el almuerzo y el 40% restante la merienda.
- El 43% de los encuestados elige un restaurante por el precio, el 24% por la calidad, el 20% por la ubicación y el 13% por el servicio.
- El 83% de los encuestados no conoce un restaurante comunitario, el 17% restante si conoce un restaurante comunitario.
- El 60% de los encuestados ocupa un tiempo promedio de 45 minutos en un restaurante, el 20 % ocupa 60 minutos y el 20% restante 30 minutos.
- El 40% de los encuestados está dispuesto a gastar de 2 a 5 dólares por personas, el 54% está dispuesto a gastar de 6 a 10 dólares, el 3% de 11 a 15 dólares por persona, y el 3% restante de 16 a 20 dólares.

9.3. Resultado 3: Plan de Marketing

La segmentación de mercado nos permitió detallar las características del siguiente segmento de mercado potencial usuario del restaurante del Centro

Turístico Comunitario: turistas ecuatorianos o extranjeros que se encuentran en una edad comprendida entre los 19 a 40 años, de sexo masculino o femenino; con un nivel socioeconómico medio-alto que quieren satisfacer su necesidad de alimentación y otras necesidades como el ocio y la recreación; personas interesadas en conocer otras culturas y degustar la gastronomía del Pueblo Kayamby además de realizar actividades al aire libre que permiten conocer la naturaleza.

Producto: El restaurante del Centro Turístico Comunitario ofrece comida Ecuatoriana Andina que tiene como base la cultura ancestral gastronómica de Paquiestancia, utilizando los productos autóctonos de la zona.

Servicio: Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia ofrece servicios de calidad pensando siempre en la satisfacción cliente como son:

- Servicio de Restaurante
 - Almuerzo
 - Cena
 - Platos a la carta
- Servicio de Catering
- Servicio de eventos corporativos
- Servicio de Parqueadero
- Música ambiental
- Servicio de Wifi
- Eventos Sociales
-

El plan de marketing nos ayudó a elegir las estrategias de marketing que vamos a utilizar para mejorar las ventas. Las estrategias son las siguientes:

9.3.1. Estrategia de precio

- Utilizaremos la estrategia de precio basada en el costo fijado por los competidores. Utilizamos esta estrategia ya que es una forma adecuada de entrar al mercado ofreciendo un producto de calidad a un precio justo y más económico que los competidores, otra razón por la que se eligió esta estrategia es debido a que un restaurante de un emprendimiento comunitario y administrado por campesinos esta será la forma más simple y segura de conseguir la sostenibilidad económica de la empresa.

9.3.2. Estrategia de distribución

- Por ser un restaurante no existen intermediarios o canales de distribución del producto.
- El producto es elaborado en el restaurante del Centro Turístico Comunitario y vendido al cliente en el mismo lugar. En conclusión la distribución del producto es directa del restaurante al cliente, sin intermediarios lo que produce beneficios para la comunidad y para los clientes del restaurante.

9.3.3. Estrategia de Producto

- La estrategia de producto que el Centro Turístico Comunitario va a utilizar, estará basada en la calidad del producto. Para esto se controlarán los puntos críticos en la producción o elaboración de todos los productos que vayan a ser dirigidos al cliente. Se tomarán en cuenta factores como presentación, higiene en la elaboración, calidad de materias primas, temperaturas, etc. El objetivo de esta estrategia es, darle crecimiento y distinción a la marca “**HuasiMikuna**”.

9.3.4. Estrategia de comunicación

- Para la comunicación y comercialización del restaurante del Centro Turístico Comunitario se utilizarán los siguientes medios:
 - Correo o email: el que nos ayudará a mantener una comunicación rápida y oportuna con los clientes, permitiendo generar respuestas inmediatas a cualquier inquietud o necesidad de los clientes, a la vez servirá como medio de difusión e información de nuevos productos y promociones.
 - Página web: la misma que será interactiva y tendrá información del restaurante, sus productos y servicios, comentarios de los clientes, galería fotográfica y ubicación del restaurante. Además de la información de la cultura y tradiciones de la comunidad de Paquiestancia.
 - Redes sociales: se crearán cuentas del restaurante en las principales redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter, etc. En estas se subirá información continua del restaurante, el tipo de servicios que ofrece, características de la gastronomía del pueblo Kayambiy y las promociones

9.4. Resultado 4: Plan Financiero

Al implementar el plan financiero obtuvimos:

- Mano de obra
- Materia prima,
- Inversión inicial
- Rotación en ventas y estado resultados,
- Costos fijos

Todos estos datos que obtuvimos en el plan financiero finalmente nos sirven para tener un presupuesto inicial que en este caso es de 35.189,60 dólares.

Al conocer el monto que el restaurante del Centro Turístico Comunitario requiere se deberá elaborar un proyecto para presentarlo ante instituciones gubernamentales para su financiamiento, ya que conocemos que el Estado apoya los emprendimientos comunitarios que tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida de la población.

9.5. Resultado 5: Plan legal

Con la implementación del plan legal podemos considerar que el restaurante del Centro Turístico comunitario está constituido como una persona jurídica, ya que todos los comuneros aportan con activos o trabajo y las ganancias son repartidos entre los mismos. Estar constituido como persona jurídica tiene algunas ventajas como por ejemplo la responsabilidad es dividida entre todos los socios, las deudas u obligaciones serán cubiertas solo con los activos de la empresa no con los de los socios de la misma, es posible contar con capital ya al ser varios socios es más fácil generarlo.

También se definió los deberes laborales del Centro Turístico Comunitario que son los siguientes:

- Afiliación al IESS de todo el personal
- Pago de décimo tercero y cuarto sueldo.
- Aporte de Fondos de Reserva
- Derechos a vacaciones.
- Permiso por maternidad, paternidad y enfermedades.
- Firma de un contrato de trabajo a plazo fijo con período de prueba.

Identidades que los rigen:

- Gobiernos Autónomos Descentralizados
- Cuerpo de Bomberos
- Ministerio de Turismo

- Servicio de Rentas Internas
- Ministerio del Ambiente

Responsabilidades tributarias:

- Obtención y actualización permanente del RUC.
- Declaración de IVA, aun si no se retiene por venta de servicios.
- Declaración del impuesto a la renta.
- Llevar contabilidad
- Facturar las ventas.

Contando con toda esta información, los comuneros deberán hacer funcionar al restaurante del Centro Turístico Comunitario de acuerdo a los requerimientos y normativa legal vigente en el país

10. CONCLUSIONES

- La elaboración de un Plan Operativo contribuyó para mejorar los procesos operativos del restaurante, se elaboró participativamente un menú con productos de fácil acceso y recetas con las que el grupo de mujeres se sienten identificadas y familiarizadas.
- La investigación de mercado concluyó que la población de Cayambe constituye un gran mercado para el restaurante del Centro Turístico Comunitario. Además se conoce que el restaurante puede satisfacer las necesidades de alimentación fuera de casa de 12.293 potenciales clientes.
- La elaboración del plan de marketing y de estrategias de producto, precio y comunicación contribuirán para mejorar las ventas. Además la creación de una marca propia ayudará a crear sentido de pertenencia, identidad y revalorización de la sabiduría ancestral gastronómica del pueblo Kayamby.
- Al establecer el plan financiero se concluyó que se necesita inversión inicial para mejorar el funcionamiento del restaurante.
- El plan legal dedujo que el restaurante tiene una figura legal como persona jurídica, está regido por varias entidades estatales y tiene varias obligaciones y normativas que cumplir para su adecuado funcionamiento..

11. RECOMENDACIONES

- Es importante que todas las personas que trabajen en el restaurante se capaciten en el flujo de procesos operativos, menú, tiempos de servicio, ya que esto ayudará a realizar un trabajo eficaz y eficiente.
- Se debe analizar periódicamente la oferta y la demanda de actividades gastronómicas comunitarias, ya que Cayambe es una ciudad cambiante por la gran población que migra al cantón en busca de trabajo en las florícolas. Además se recomienda actualizar anualmente los datos de los potenciales clientes.
- En el Plan de marketing pudimos conocer que Cayambe constituye un buen mercado, se recomienda además realizar estudios de mercado en los cantones vecinos como Otavalo y Pedro Moncayo. Así como realizar un estudio más detallado de turistas extranjeros que visitan la zona. Todo esto puede contribuir a mejorar la sostenibilidad económica del restaurante.
- Como resultado del Plan Financiero se obtuvo la información de la inversión es muy alta y los comuneros no se encuentran en capacidad de aportar esta cantidad de recursos económicos, por lo que se recomienda elaborar un proyecto de inversión el mismo que debe ser presentado ante instituciones gubernamentales que apoyen este tipo de emprendimientos comunitarios orientados a mejorar la calidad de vida de las comunidades campesinas.
- Se recomienda continuar con todos los trámites legales del restaurante en lo referente a funcionamiento, manejo del talento humano, conservación del medio ambiente, etc. para que este pueda funcionar dentro de la normativa legal vigente en el país.

- Se debería planificar una contratación de asesoría externa o capacitación periódica del personal para garantizar que el restaurante funcione dentro de la normativa legal, tenga actualizado el estudio de mercado y maneje la propaganda digital actualizada.

REFERENCIAS

- Arias, D. (11 de abril de 2013). <http://www.gruposetnicosecuador2013.blogspot.com/>.
Obtenido de <http://gruposetnicosecuador2013.blogspot.com/>
- BIBLIOGRAPHY Cayambe, G. A. (2015) *REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN POR PRIMERA VEZ DE PERMISOS PARA*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.municipiocayambe.gob.ec/images/tramites/cabildo/REQUISITOS%20%20OBTENCION%20DE%20LA%20PATENTE.pdf>
- Calderon, F. (2014). *Implantacion de Centro Turisticos*. Quito: Vroom.
- Casa Campesina Cayambe. (2008). *Documentos Institucionales Casa Campesina Cayambe*. Cayambe .
- Enriquez, P. (17 de Abril de 2013). www.pamenriquez.blogspot.com. Obtenido de <http://pamenriquez.blogspot.com/2013/04/pueblo-kayambi.html>
- Federacion Plurinacional del turismo del Ecuador. (2013). www.feptce.org. Obtenido de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=110
- Gualavisi, L. (Intérprete). (2015). *Centros Turisticos Comunitarios*. Cayambe, Pichincha, Ecuador.
- Hosteria San Luis. (2012). *Hosteria San Luis Tupigachi Cayambe*. Obtenido de www.sanluisecuador.com
- INEC. (2015). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 17 de Mayo de 2015, de www.ecuadorencifras.gob.ec
- Internas, D. G. (2008). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/REQRUCMAY2006.pdf>
- Jatun Huasi . (2015). *Hosteria Jatun huasi* . Recuperado el 2015 , de www.hosterijatunhuasi.com.
- Josse, V. S. (19 de marzo de 2010). *REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURISTICOS*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Kotler, P. (2008). *Segmentación de Mercado* . En *Fundamentos de marketing* (pág. 50). Mexico : Pearson .

- Laborales, M. d. (2015). *Biblioteca del Ministerio de Relaciones Laborales*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/biblioteca/>
- Lourdes, E., Sandra, S., & Fernando, P. (2008). *Medicina Tradicional y Plantas Curativas*. Quito: Centro Orientamento Educativo.
- Malhotra, N. K. (2008). Segmentación de Mercados . En *Investigación de Mercados* (pág. 636). Mexico: Pearson Education.
- Ministerio de Turismo del Ecuador . (2015). *Ministerio de Turismo del Ecuador* . Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Moya, A. (2009). *Atlas de Los Pueblos Indigenas y Afrodescendientes del Ecuador* . Quito: Aby.
- Pozo, J. Y. (2008). Cosmovision Andina. En *Parteras Cayambe* (pág. 23). Cayambe: Abya-Yala.
- Publica, M. d. (2015). *REQUISITOS PARA PERMISO DE FUNCIONAMIENTO*. Recuperado el 13 de Junio de 2015, de <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>

ANEXOS

Clientes atendidos en el Centro Turístico Comunitario de Paquiastancia en el primer semestre del 2015

Enero								
Semanas	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	
Primera				19	18	27	15	79
Segunda	6	5	8	17	14	21	13	84
Tercera	9	5	3	10	14	19	9	69
Cuarta	5	3	6	8	11	13	11	57
Quinta	8	9	11	8	10	15		61
Total	28	22	28	43	49	68	33	350
Febrero								
Semanas	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	
Primera							12	12
Segunda	5	2	5	8	18	21	18	77
Tercera	7	8	8	12	21	27	22	105
Cuarta	35	40	9	10	5	13	12	124
Quinta	6	3	6	5	3	12		35
Total	53	53	28	35	47	73	52	353
Marzo								
Semanas	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	
Primera							10	10
Segunda	5	6	8	19	22	28	25	113
Tercera	4	7	8	6	13	20	23	81
Cuarta	2	12	7	11	19	22	24	97
Quinta	8	5						13
Total	19	30	23	36	54	70	72	314
Abril								
Semanas	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	
Primera			10	8	22	30	21	91
Segunda	11	14	11	15	28	19	20	118
Tercera	8	9	5	8	20	15	23	88
Cuarta	7	11	4	6	21	28	12	89
Quinta	6	4						10
Total	32	38	20	29	69	62	55	396

Mayo								
Semanas	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	
Primera					19	19	15	53
Segunda	5	15	7	10	22	25	41	125
Tercera	3	8	9	4	15	18	17	74
Cuarta	2	4	6	4	17	21	12	66
Quinta	5	8	7	8	14	19	22	83
Total	15	35	29	26	68	83	92	401
Junio								
Semanas	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	
Primera	4	2	8	12	10	20	22	78
Segunda	8	7	4	8	15	21	14	77
Tercera	4	7	6	12	9	17	12	67
Cuarta	5	3	5	11	8	18	17	67
Quinta	5	8						13
Total	22	25	15	31	32	56	43	302

PROMEDIO DE CLIENTES		
MES	TOTAL	NUMERO DE DIAS
ENERO	350	31
FEBRERO	353	28
MARZO	314	31
ABRIL	396	30
MAYO	401	31
JUNIO	302	30
Total	2116	181

Recetas con costos



Nombre de la receta	Uchujacu
Genero	Entradas
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,5	kg	papas	\$ 0,60	\$ 0,30
0,04	ml	Aceite	\$ 2,80	\$ 0,11
0,4	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,48
3	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,15
1	kg	Costilla de res con carne	\$ 5,00	\$ 5,00
0,3	gr	Zanahoria	\$ 0,60	\$ 0,18
0,3	gr	Cebolla	\$ 1,50	\$ 0,45
0,3	gr	Apio	\$ 2,00	\$ 0,60
0,25	kg	Harina de uchujacu	\$ 8,00	\$ 2,00
0,2	kg	Perejil	\$ 2,00	\$ 0,40
Fotografia			Costo total:	\$ 9,71
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 0,97

--	--	--



Nombre de la receta	Locro de papas
Genero	Entradas
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,04	ml	Aceite	\$ 2,80	\$ 0,11
0,25	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,30
3	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,15
1	kg	Papa Chola	\$ 3,50	\$ 3,50
0,5	kg	Leche	\$ 0,80	\$ 0,40
0,2	kg	Queso rallado	\$ 8,00	\$ 1,60
5	u	Aguacate	\$ 0,50	\$ 2,50
0,2	kg	Perejil	\$ 2,00	\$ 0,40
0,5	ml	Agua	\$ -	\$ -
Fotografia			Costo total:	\$ 9,00
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 0,90

--	--	--



Nombre de la receta	Sopa de Quinoa con Paico
Genero	Entradas
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
2	kg	Costilla de hueso de cerdo	\$ 3,50	\$ 7,00
0,04	ml	Aceite	\$ 2,80	\$ 0,11
0,2	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,24
3	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,15
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,25	kg	Cebolla paiteña	\$ 1,75	\$ 0,44
0,25	kg	Zanahoria	\$ 1,50	\$ 0,38
0,25	kg	Col	\$ 2,00	\$ 0,50
0,15	kg	Quinoa	\$ 6,50	\$ 0,98
0,5	kg	Papa	\$ 3,50	\$ 1,75
0,1	kg	Leche	\$ 0,80	\$ 0,08
0,025	kg	Pasta de Maní	\$ 7,00	\$ 0,18
0,2	kg	Paico	\$ 3,50	\$ 0,70
Fotografía		Procedimiento		Costo total: \$ 12,53
				Costo Porcion \$ 1,25

--	--	--



Nombre de la receta	Caldo de Gallina
Genero	Entradas
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	kg	Pollo	\$ 3,80	\$ 3,80
0,2	kg	Arveja	\$ 5,00	\$ 1,00
0,15	kg	Arroz	\$ 1,50	\$ 0,23
3	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,15
0,2	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,24
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,25	kg	Cebolla paiteña	\$ 1,75	\$ 0,44
0,25	kg	Zanahoria	\$ 0,60	\$ 0,15
0,25	kg	Perejil picado	\$ 2,00	\$ 0,50
0,5	kg	Papa	\$ 3,50	\$ 1,75
Fotografia			Costo total:	\$ 8,29
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 0,83

--	--	--



Nombre de la receta	Plato Fuerte
Genero	Hornado
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	kg	Cerdo	\$ 10,00	\$ 10,00
2	u	Cerveza	\$ 1,50	\$ 3,00
0,15	kg	Arroz	\$ 1,50	\$ 0,23
0,7	kg	Mote	\$ 4,00	\$ 2,80
0,2	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,24
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,7	kg	Cebolla paiteña	\$ 1,75	\$ 1,23
0,25	kg	Perejil picado	\$ 2,00	\$ 0,50
0,5	kg	Papa	\$ 3,50	\$ 1,75
0,8	kg	Tomate	\$ 4,00	\$ 3,20
10	u	naranja	\$ 0,25	\$ 2,50
0,2	ml	Jugo de limón	\$ 2,00	\$ 0,40
3	u	Ají	\$ 0,25	\$ 0,75
Fotografía			Costo total:	\$ 26,63
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 2,66

--	--	--



Nombre de la receta	Plato Fuerte
Genero	Guatita
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,15	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,18
0,15	kg	Cebolla paiteña	\$ 1,75	\$ 0,26
0,005	kg	Hierba buena	\$ 8,00	\$ 0,04
5	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,25
0,7	kg	Pansa de res	\$ 4,50	\$ 3,15
0,5	kg	Papas	\$ 3,50	\$ 1,75
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,05	ml	Aceite	\$ 3,20	\$ 0,16
0,3	ml	Leche	\$ 0,80	\$ 0,24
0,04	kg	Pasta de maní	\$ 7,00	\$ 0,28
1	kg	De arroz	\$ 1,50	\$ 1,50
0,25	kg	Lechuga	\$ 3,00	\$ 0,75
4	u	aguacate	\$ 0,50	\$ 2,00
0,4	kg	tomate	\$ 4,00	\$ 1,60
Fotografia			Costo total:	\$ 12,20
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 1,22

--	--	--



Nombre de la receta	Plato Fuerte
Genero	Seco de chivo
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
1	kg	Carne de chivo	\$ 7,50	\$ 7,50
0,6	kg	Tomates	\$ 0,75	\$ 0,45
5	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,25
0,6	kg	Naranja	\$ 4,00	\$ 2,40
0,5	kg	Papas	\$ 0,50	\$ 0,25
0,02	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,04
0,05	ml	Aceite	\$ 3,20	\$ 0,16
0,3	ml	Cerveza	\$ 1,50	\$ 0,45
0,74	kg	Maduro	\$ 3,50	\$ 2,59
0,3	kg	Zanahoria	\$ 0,60	\$ 0,18
1	kg	Arroz	\$ 1,50	\$ 1,50
0,4	kg	Cebolla paiteña	\$ 1,75	\$ 0,70
				\$ -
				\$ -
Fotografia			Costo total:	\$ 16,47
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 1,65

--	--	--



Nombre de la receta	Plato Fuerte
Genero	Papas con Cuero
Porciones/Peso porcion	10
Fecha de elaboracion	6/27/2015
Bateria a ocupar	

Cantidad	Unidad	Ingredientes	Costo x Kilo	Costo Ind.
0,15	kg	Cebolla blanca	\$ 1,20	\$ 0,18
0,15	kg	Cebolla paiteña	\$ 1,75	\$ 0,26
0,005	kg	Hierba buena	\$ 8,00	\$ 0,04
5	u	Ajo	\$ 0,05	\$ 0,25
0,7	kg	Cuero	\$ 5,00	\$ 3,50
0,5	kg	Papas	\$ 0,50	\$ 0,25
0,2	ml	Achiote	\$ 2,00	\$ 0,40
0,5	ml	Aceite	\$ 3,20	\$ 1,60
0,3	ml	Leche	\$ 0,80	\$ 0,24
0,4	kg	Pasta de maní	\$ 7,00	\$ 2,80
1	kg	Arroz	\$ 1,50	\$ 1,50
10	u	Limon	\$ 0,25	\$ 2,50
0,25	kg	Lechuga	\$ 3,00	\$ 0,75
4	u	aguacate	\$ 0,50	\$ 2,00
0,4	kg	tomate	\$ 0,75	\$ 0,30
Fotografia			Costo total:	\$ 16,57
Procedimiento			Costo Porcion	\$ 1,66

--	--	--

Food and Beverage Cost

Food Cost		
Receta	Precio costo	Precio de venta
Uchujacu	0,97	2,50
Locro de papas	0,9	2,50
Sopa de quinua con paico	1,25	2,50
Caldo de gallina	0,83	3,00
Hornado	2,43	5,00
Guatita	0,94	4,50
Seco de chivo	1,65	5,00
Papas con cuero	1,66	4,50
Dulce de chocho	0,55	1,50
Dulce de zambo	0,48	1,50
Quinua enconfitada	0,81	1,75
Total	12,47	34,25

Food cost %= precio de costo/precio de venta x 100			
	12,47	100,00	36%
Food cost	34,25		

Beverage cost		
Receta	Precio costo	Precio de venta
Jugo de taxo	0,53	1,50
Jugo de mora	0,44	1,50
Jugo de uvilla	0,49	1,50
Jugo de tomate de árbol	0,41	1,50
Total	1,87	6,00

Beverage cost %= precio de costo/precio de venta x 100			
	1,87	100	31%
Beverage cost	6,00		

Capital de trabajo

Equipo Cocina						
	Equipo	Destinatario	Cantidad	Precio x Und	Sub Total	Observaciones
Pesado	Cocina	Entradas, Platos Fuertes, Postres	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
	Refrigerador	Trabajo general	1	\$ 850,00	\$ 850,00	
	Congelador	Trabajo general	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
	Freidora	Papas Fritas, Frituras en General	1	\$ 700,00	\$ 700,00	
	Mesadas	Trabajo general	2	\$ 400,00	\$ 800,00	
TOTAL EQUIPO PESADO COCINA					\$ 4.050,00	
Menaje Cocina	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Bowls	Trabajo general	6	\$ 5,00	\$ 30,00	
	Cuchillos	Trabajo general	5	\$ 5,00	\$ 25,00	
	Tablas	Trabajo general	5	\$ 7,00	\$ 35,00	
	Pela Papas	Trabajo general	3	\$ 3,00	\$ 9,00	
	Lineas	Trabajo general	10	\$ 18,00	\$ 180,00	
	Ollas	Trabajo general	5	\$ 40,00	\$ 200,00	
	Espatulas	Trabajo general	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
	Tarros Varios	Trabajo general	5	\$ 15,00	\$ 75,00	
	Pinzas	Trabajo general	5	\$ 3,00	\$ 15,00	
TOTAL MENAJE COCINA					\$ 599,00	
Equipo Servicio						
Pesado	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Mesas	Comensal	6	\$ 70,00	\$ 420,00	
	Sillas	Comensal	36	\$ 30,00	\$ 1.080,00	
TOTAL EQUIPO PESADO SERVICIO					\$ 1.500,00	
Menaje Servicio	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Manteles	Mesas	18	\$ 18,00	\$ 324,00	Cuadruple de la Cantidad de Mesas (montado, lavando, repocision)
	Tenedores Plato Fuerte	Platos fuertes	70	\$ 1,50	\$ 105,00	Doble de la capacidad Instalada
	Cuchillos Plato Fuerte	Platos fuerte	70	\$ 2,50	\$ 175,00	Doble de la capacidad Instalada
	Cuchara Sopera	Sopa	70	\$ 1,50	\$ 105,00	30% del menu de entradas + Doble de Repocision
	Cuchara Entrada	Sopas	70	\$ 1,25	\$ 87,50	30% del menu de entradas + Doble de Repocision
	Cuchara Postre	postres	70	\$ 1,00	\$ 70,00	Doble de la capacidad Instalada
	Tenedor Postre	postres	35	\$ 1,00	\$ 35,00	30% del menu de postres + Doble de Repocision
	Cuchara Café	Cafeteria, Aromaticas	35	\$ 1,00	\$ 35,00	Doble de la capacidad Instalada
	Plato Fuerte Modelo 2	Fuertes	50	\$ 4,00	\$ 200,00	30% del menu de platos fuerte + Doble de Repocision
	Plato Soperero	Entradas	50	\$ 4,00	\$ 200,00	30% del menu de entradas + Doble de Repocision
	Jarra de Agua	Agua, bebidas Varias	12	\$ 5,00	\$ 60,00	1 Jarra cada 2 mesas + Doble de Repocision
	Vaso Trago Largo	Jugo, Gaseosas	70	\$ 1,00	\$ 70,00	Doble de la capacidad Instalada
Ajicero	Mesas	12	\$ 3,00	\$ 36,00	1 Por mesa + Doble de Repocision	
TOTAL MENAJE SERVICIO					\$ 1.502,50	
Decoración & Adecuaciones						
Decoración	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Pintura	Salon Comedor	1	\$ 150,00	\$ 150,00	Un solo trabajo
	Porta Menus	Salon Comedor	36	\$ 5,00	\$ 180,00	Igual a la capacidad de PAX Instalada
	Porta Cuentas	Salon Comedor	12	\$ 5,00	\$ 60,00	Doble de la capacidad de mesas Instaladas
	Letrero	Calle Principal	2	\$ 300,00	\$ 600,00	Unidad o dos
	Adecuación Baños	Servicios Primarios	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Adecuaciones Hombres, Mujeres
	Adecuacion Jardin	Lobby Entrada	1	\$ 250,00	\$ 250,00	Trabajo Inicial
	Equipo de Sonido	Entretenimiento	1	\$ 500,00	\$ 500,00	Sistema de Sonido Integral
TOTAL DECORACION					\$ 2.740,00	
Uniformes RRHH						
Uniformes	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Uniforme Cocina 1	Chef Ejecutivo	2	\$ 30,00	\$ 60,00	Un Chef Ejecutivo x 2 uniformes c/u
	Uniforme Cocina 2	Cocineros	2	\$ 30,00	\$ 60,00	Tres Cocineros x 2 uniformes c/u
	Uniforme Servicio 1	Capitan Servicio	4	\$ 35,00	\$ 140,00	Un Capitan de Servicio x 2 uniformes c/u
	Uniforme Steward 1	Bacha, limpieza	2	\$ 35,00	\$ 70,00	Un Steward x 2 uniformes c/u
Uniforme Administrativo	Cajero	2	\$ 30,00	\$ 60,00	Un Cajero x 2 uniformes c/u	
TOTAL UNIFORMES					\$ 390,00	
Equipo Oficina & Administracion						
Equipo Oficina	Equipo	Destinatario	Cantidad			Observaciones
	Caja Registradora	Caja Cobros	1	\$ 750,00	\$ 750,00	
	Material Oficina	Administracion & Caja	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
TOTAL EQUIPO OFICINA					\$ 950,00	
TOTAL INVERSION INICIAL					\$11.731,50	Total de lo necesario a invertir en el inicio
Amortizacion de Equipos					\$ 195,53	60 Meses promedio de duracion equipos

Rotación en ventas

ANO 2015	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	40.477,04	46.548,60	53.530,89	61.560,52	70.794,60	81.413,79
Ingreso food	28.333,93	32.584,02	37.471,62	43.092,36	49.556,22	56.989,65
Ingreso bebidas	12.143,11	13.964,58	16.059,27	18.468,16	21.238,38	24.424,14
Ingresos brutos	40.477,04	46.548,60	53.530,89	61.560,52	70.794,60	81.413,79
Costo de ventas						
gasto a&b cortesias	360,00	414,00	476,10	547,52	629,64	724,09
Ingresos netos	40.117,04	46.134,60	53.054,79	61.013,00	70.164,95	80.689,70
Costo de ventas						
Costo food	10.200,21	11.730,25	13.489,78	15.513,25	17.840,24	20.516,27
Costo bebidas	3.764,36	4.329,02	4.978,37	5.725,13	6.583,90	7.571,48
Costo total ventas	13.964,58	16.059,27	18.468,16	21.238,38	24.424,14	28.087,76
Gastos						
Salarios	18.870,12	19.813,63	20.804,31	21.844,52	22.936,75	24.083,59
Beneficios IESS	3.670,32	3.853,84	4.046,53	4.248,85	4.461,30	4.684,36
Servicios básicos	985,00	1.132,75	1.302,66	1.498,06	1.722,77	1.981,19
Servicios complementarios	920,00	1.058,00	1.216,70	1.399,21	1.609,09	1.850,45
Equipos y materiales	375,00	431,25	495,94	570,33	655,88	754,26
Publicidad y transporte	1.110,00	1.276,50	1.467,98	1.688,17	1.941,40	2.232,61
total gastos	25.930,44	27.565,96	29.334,11	31.249,14	33.327,18	35.586,45
resultado del ejercicio	222,02	2.509,37	5.252,52	8.525,48	12.413,64	17.015,49

Calculo de Costos Fijos y otros Costos

OTROS COSTOS - COSTOS FIJOS ANUALES		
Servicios Basicos		OBSERVACIONES
Agua	\$ 50,00	Consumo Básico
Luz	\$ 275,00	Consumo Básico
Telefonos e Internet	\$ 160,00	Linea Fija
Gas	\$ 500,00	Bobonas de Gas sin Subcidio Gubernamental
Total	\$ 985,00	
Servicios Complementarios		
Contabilidad	\$ 600,00	Facturación sobre los 100 mil
Asesoramiento Legal	\$ 50,00	Contratos, Permisos, MRL, Etc.
Costos Bancarios	\$ 20,00	Retiros, Transferencias, Chequeras, Certificaciones, etc.
Tramites Varios	\$ 50,00	Peajes, Parqueaderos, Propinas, etc.
Gastos de Gestion	\$ 200,00	Permisos, Autorizaciones,
Total	\$ 920,00	
Equipos & Materiales		
Mantenimiento	\$ 150,00	Mantenimiento Equipo Pesado
Repocisión	\$ 200,00	Menaje de Servicio y de Cocina
Material de Oficina	\$ 25,00	Papel, tinta, esferos, rollo impresora, etc.
Total	\$ 375,00	
Publicidad y transporte		
Marketing& Publicidad	\$ 150,00	Manejo de Cuenta Publicitaria Básica
Transporte	\$ 480,00	Tranporte de mateia prima e insumos
Jardinería	\$ 120,00	Mantenimiento de Jardines y paisajes
Materiales de Limpieza	\$ 360,00	Materiales de limpieza
Total	\$ 1.110,00	
COSTOS FIJOS	\$ 3.390,00	<i>Todos los costos que no dependen del giro especifico del negocio</i>

**Presupuesto 2015 Restaurante Centro Turístico Comunitario
Paquiestancia**

ANO 2015		Enero - Diciembre 2015
Ingresos		40477,04
Ingreso food	70%	28333,928
Ingreso bebidas	30%	12143,112
Ingresos brutos		40477,04
Costo de ventas		
gasto a&b cortesias		360
Ingresos netos		40117,04
Costo de ventas		
Costo food	36%	10200,21
Costo bebidas	31%	3764,36
Costo total ventas		13964,58
Gastos		
Salarios		18870,12
Beneficios IESS		3670,32
Servicios básicos	\$	985,00
Servicios complementarios	\$	920,00
Equipos y materiales	\$	375,00
Publicidad y transporte	\$	1.110,00
total gastos		25930,44
resultado del ejercicio		222,02

Balance general Centro Turístico Comunitario De Paquiestancia

ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES	150	
Caja	50	
Bancos	100	
<i>CUENTAS POR COBRAR</i>	60	
Cuentas por cobrar	60	
<i>INVENTARIOS</i>	300	
Inventario/Materia prima	300	
<i>ACTIVOS FIJOS</i>	27000	
Muebles y Enseres	5000	
Línea blanca	2000	
Edificio	20000	
TOTAL ACTIVOS	27510	
PASIVOS		
<i>CUENTAS POR PAGAR</i>		658,78
Proveedores		200
<i>APORTES A IESS POR PAGAR</i>		458,78
TOTAL PASIVOS		658,78
PATRIMONIO		26851,22

Ejemplo de Contrato

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO CON PERÍODO DE PRUEBA

En la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte, la Sociedad Salesiana de Ibarra, debidamente representada por _____ (**nombre del representante legal**) en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a) _____ (**Escriba el nombre del TRABAJADOR**), portador de la cédula de ciudadanía N° _____ (**Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR**) en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ (**ciudad de domicilio de las partes**) y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este **CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO** con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un _____ (**ingresar cargo requerido**).

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de _____ (**ingresar cargo del TRABAJADOR**). Revisados los antecedentes de _____ (**Escriba los nombres completos del TRABAJADOR**), éste declara tener los conocimientos necesarios para el

desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

EL TRABAJADOR, en su calidad de docente se compromete a desarrollar el programa respectivo para el año lectivo, así como a corregir pruebas, exámenes y trabajos especiales de los estudiantes, procurando dar a sus clases el mayor interés y objetividad posible, de acuerdo al espíritu del Plantel y utilizando todos los métodos aconsejados por la Pedagogía Salesiana, en orden de obtener el máximo rendimiento en el aprendizaje de los estudiantes, colaborando al mismo tiempo, en la formación integral que el establecimiento pretende lograr en los estudiantes.

Al mismo tiempo, se compromete a cumplir y sujetarse a las normas, procedimientos, reglamentos, horarios y demás disposiciones laborales vigentes e instrucciones impartidas por las Autoridades del Plantel así como a cumplir todas las obligaciones contenidas en las Leyes, Reglamentos y Resoluciones de Educación, Reglamento Interno de Trabajo y Reglamento Interno del Plantel.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (**detalle las horas de la jornada de trabajo**), con descanso de _____ (**detalle la hora de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo**), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, y al Distributivo Individual del respectivo año lectivo, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para

Contrato. Fuente: <http://www.trabajo.gob.ec/> (2015)

lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo. Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____ (**colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00**), mediante _____ (**detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque**).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente Contrato, tendrá un plazo de un año, de acuerdo al artículo 14 del Código de Trabajo. De conformidad con el artículo 15 de la misma Ley, las partes acuerdan un período de prueba de noventa días contados desde la fecha de su suscripción, dentro del cual, cualquiera de las partes podrá

darlo por terminado libremente, sin necesidad de ningún aviso previo y sin indemnización. Una vez vencido el período de prueba sin que ninguna de las partes haya manifestado su voluntad de terminar la relación laboral, el contrato se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el plazo del contrato.

Cumplido el plazo, se deberá proceder de acuerdo a lo establecido en los artículos 184 y 624 del Código del Trabajo, de no proceder, el contrato se entenderá de plazo indefinido.

Este contrato será susceptible de terminación por las cláusulas del artículo 169 del Código del Trabajo.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____ (**Escriba la dirección de la compañía**), en la ciudad de _____ (**ingresar la ciudad**), provincia de _____ (**ingresar Provincia y barrio**) para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV "De las obligaciones del Empleador y del Trabajador", a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

Contrato. Fuente: <http://www.trabajo.gob.ec/> (2015)

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de _____ (*Escriba la ciudad*), el día _____ del mes de _____ del año _____.

EL EMPLEADOR

EL TRABAJADOR



Contrato. Fuente: <http://www.trabajo.gob.ec/> (2015)

Requisito para inscripción de Sociedades



2.2. REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN DE SOCIEDADES

2.2.1. Identificación de Sociedades Públicas

SECTOR PÚBLICO
Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el agente de retención.
Copia del registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública, o copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la institución.
Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o institución.
Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención.
Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención.
Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades.

2.2.2. Identificación de Sociedades Privadas

SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS	SOCIEDADES BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS	SOCIEDADES CIVILES Y COMERCIALES	SECCIONES, BRANDES DE MONEDA, PATRIMONIO INDEPENDIENTE O AUTÓNOMAS CON O SIN PERSONERÍA JURÍDICA, CONTRATO DE CUENTAS DE PARTICIPACIÓN, CONSORCIO DE EMPRESAS, LUGA VENTURES, COMPAÑÍA TENEDORA DE ACCIONES INCLUIDAS	ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES SIN FINES DE LUCRO
Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el representante legal				
Original y copia, a supe certificada de la resolución pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, a supe certificada de la resolución pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, a supe certificada de la resolución pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Original y copia, a supe certificada, de la resolución pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil	Copia del acuerdo ministerial o resoluciones en el que se aprueba la creación de la organización no gubernamental sin fines de lucro.
Original y copia, a supe certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.	Original y copia, a supe certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.	Original y copia, a supe certificada del nombramiento del representante legal, inscrito y con reconocimiento de firma.	Original y copia, a supe certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.	Original y copia del certificado del representante legal emitido por el agente de retención en el cual la organización no gubernamental sin fines de lucro se encuentra registrada. Minutario e ITR
Original y copia de la lista de datos generales allegada por la Superintendencia de Compañías	-	-	-	-
Identificación del representante legal y gerente general:				
* Escudriñones: Original y copia de la cédula de identidad y presentar el certificado de votación del último proceso electoral.				
* Escudriñones residentes: Original y copia de la cédula de identidad, si no tienen cédula presentar copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 meses.				
* Escudriñones no residentes: Original y copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 12 meses.				
Por inscripción a actualización tardía, copia del formulario 100 en el que conste el pago de la multa.				

2.2.3. Verificación de la ubicación de las Sociedades Privadas y Públicas

<p>Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la sociedad su actividad económica, deberá entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o, Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o, Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
--

Encuesta

ENCUESTA RESTAURANTE CTC PAQUIESTANCIA

Mercado

Personas de 19 a 40 años de la ciudad de cayambe con ingresos

Objetivos

Determinar los gustos y preferencias de los potenciales clientes que residen en la ciudad de Cayambe, en relación a la comida que ofrece el Centro Turístico Comunitario de Paquiestancia, para fortalecer la gestión del Restaurante del Centro.

Identificar los principales competidores que encontramos en la ciudad de cayambe

Determinar el tiempo de consumo

identificar el gasto de los clientes en restaurantes

			tamaño de la muestra
SEGMENTO	Cuantificación	Porcentaje	Cuantitativo
Hombres	6023,57	49%	190
Mujeres	6269,43	51%	197
Total	12.293	100%	387

Gráficos preguntas

Pregunta 1

PREGUNTA		RESPUESTAS VALIDAS	PORCENTAJE
Genero	Masculino	14	46%
	Femenino	16	54%
TOTAL		30	100%

Pregunta 3

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Usted estaría dispuesto a conocer una propuesta comunitaria en la que se incluye actividades turísticas como un restaurante?	Si	28	28	93%
	No	2	2	7%
TOTAL		30	30	100%

Pregunta 4

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
4.- ¿Usted usualmente sale a comer fuera de casa en un restaurante?	Si	30	30	100%
	No	0	-	
TOTAL		30	30	100%

Pregunta 5

	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	CALCULO
			VALIDAS		
¿Cuántas veces por semana frecuenta un restaurante?	1 vez a la semana	4 veces al mes	10	4	40
	2 veces a la semana	8 vez al mes	9	8	72
	3 veces a la semana o mas	12 al mes	11	12	132
total compras al mes					244
Sumatoria resp val					30
Frecuencia promedio acumulada					8,13

Pregunta 6

PREGUNTA	OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIAS MENSUALES	RESPUESTAS SEGMENTO	PONDERACIÓN OPCIONES/RESP	
			VALIDAS		
¿En que momento del dia come en un restaurante con mayor frecuencia?	Almuerzo		18	60%	
	Merienda		12	40%	
		Total	30		

Pregunta 7

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
Usted al momento de elegir un restaurante lo elige por:	Precio	13	13	43%
	Servicio	4	4	13%
	Calidad	7	7	24%
	Ubicación	6	6	20%
Total		30	30	100,00%

Pregunta 8

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Con cuántos miembros de su familia incluyendo sale a comer en un restaurante?	1	2	2	7%
	2	7	7	23%
	3	8	8	27%
	4	7	7	23%
	5	4	4	13%
	6	2	2	7%
Total		30	30	100,00%

Pregunta 9

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Conoce usted un restaurante comunitario?	Si	5	5	17%
	No	25	25	83%
TOTAL		30	30	100%

Pregunta 10

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Cuál es el restaurante de comida nacional que más visitas?	Antojitos de cuy	5	5	17%
	Las Pailitas	9	9	30%
	Fritadas Rositas	16	16	53%
Total		30	30	100,00%

Pregunta 11

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Cuál es el tiempo promedio que usted ocupa cuando visita un restaurante?	30 minutos	6	6	20%
	45 minutos	18	18	60%
	60 minutos	6	6	20%
Total		30	30	100,00%

Pregunta 12

pregunta	OPCIONES DE MÁXIMA PREFERENCIA	RESPUESTAS VALIDAS	SUMATORIA DE RESPUESTAS VÁLIDAS	PESO RELATIVO
¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a gastar por persona cuando usted acude a un restaurante de comida nacional?	de 2 a 5 dolares	12	12	40%
	de 6 a 10 dolares	16	16	54%
	de 11a 15 dolares	1	1	3%
	de 16 a 20 dolares	1	1	3%
	Total	30	30	100,00%

de 2 a 5 dolares	de 6 a 10 dolares	de 11a 15 dolares	de 16 a 20 dolares
40%	54%	3%	3%

Gráficos de preguntas

Gráfico 1

Pregunta: Marque con una "x" su género

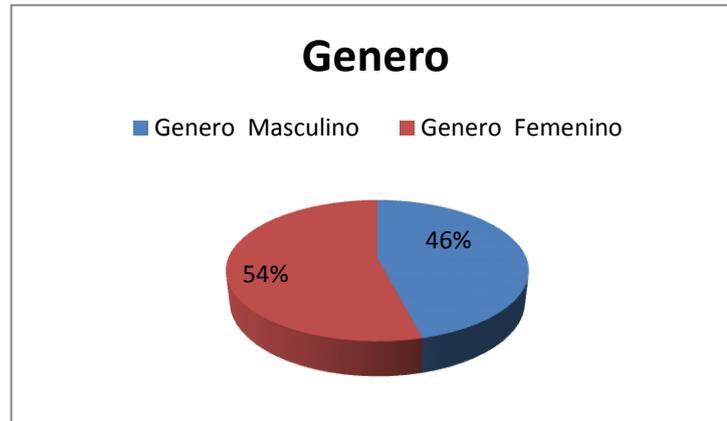


Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

La encuesta se realizó a 30 personas de las cuales 16 corresponden al género femenino es decir el 54% y 14 personas de género masculino es decir 46%.

Gráfico 2

Pregunta:

¿Usted estaría dispuesto a conocer una propuesta comunitaria en la que se incluye actividades turísticas como un restaurante?



De las 30 personas encuestadas el 93 % está dispuesto a conocer una propuesta comunitaria que incluye actividades turísticas como un restaurante el 7% restante no está dispuesto.

Gráfico 3

Pregunta:

¿Usted usualmente sale a comer fuera de casa en un restaurante?



Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

De las 30 persona encuestadas el 100% sale a comer fuera de casa en un restaurante.

Gráfico 4

Pregunta:

¿Cuántas veces por semana frecuenta un restaurante?

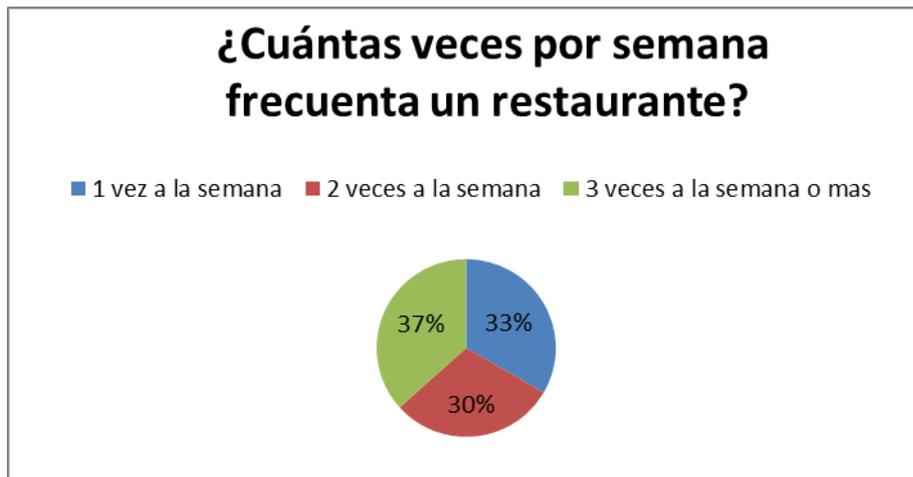


Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

De las 30 personas encuestadas 10 personas frecuentan restaurantes 1 vez por semana es decir el 33%, 9 personas frecuentan restaurantes 2 veces por semana es decir el 30% y 11 personas frecuentan 3 veces o más es decir el 37%.

Gráfico 5

Pregunta:

¿En qué momento del día come en un restaurante con mayor frecuencia?

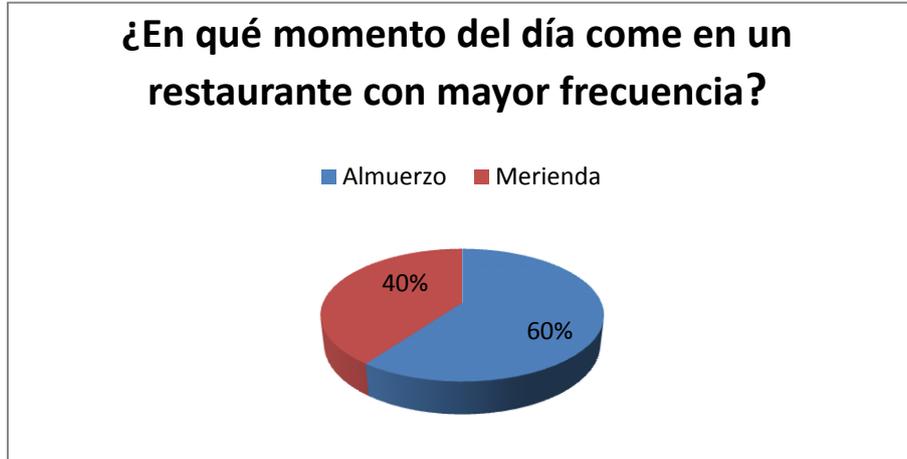


Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

De las personas encuestadas el 60% come en un restaurante en el almuerzo y el 40% restante en la merienda.

Gráfico 6

Pregunta:

Usted al momento de elegir un restaurante lo elige por:

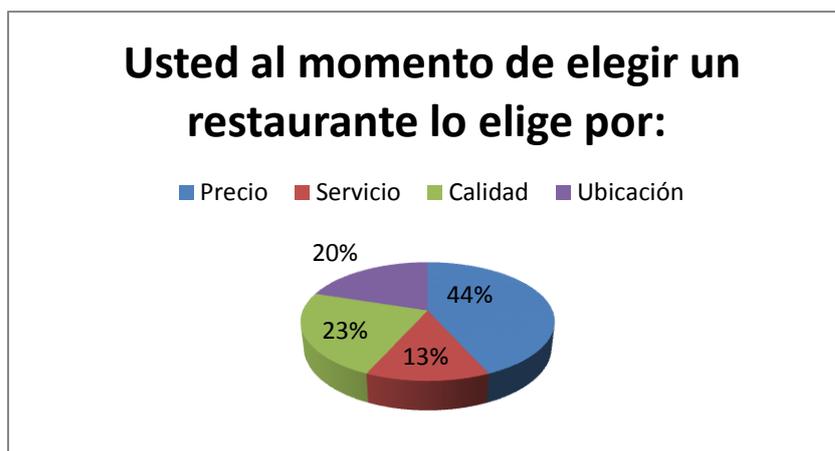


Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

De las 30 personas encuestadas 13 personas eligen un restaurante por el precio es decir el 44%, 4 personas eligen un restaurante por el servicio es decir 13%, 7 personas eligen un restaurante por la calidad del producto es decir 23%, y las 6 personas restantes es decir 20% eligen un restaurante por la ubicación.

Grafico 7

Pregunta:

¿Con cuántos miembros de su familia incluyendo sale a comer en un restaurante?

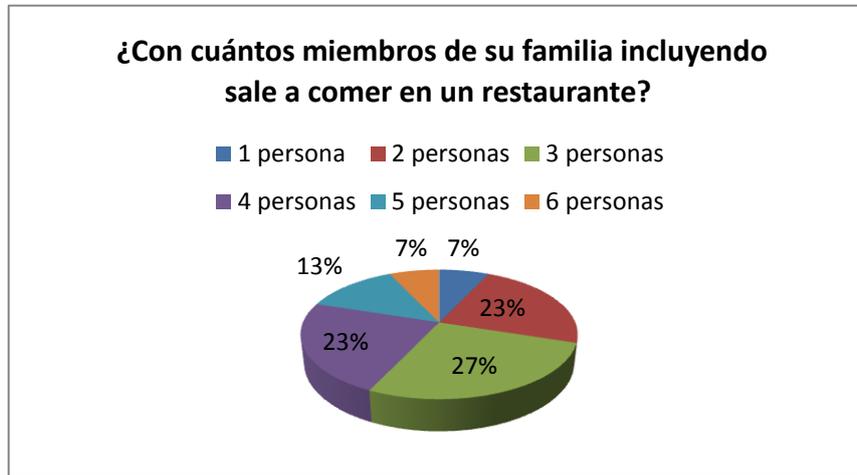


Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

De las personas encuestadas el 7% sale a comer sola una persona, el 23% salen a comer entre dos personas, el 27% salen a comer entre 3 personas, el 23% salen a comer entre 4 personas, el 13% salen a comer entre 5 personas y el 7% restante salen a comer entre 5 personas.

Grafico 8

Pregunta:

¿Conoce usted un restaurante comunitario?

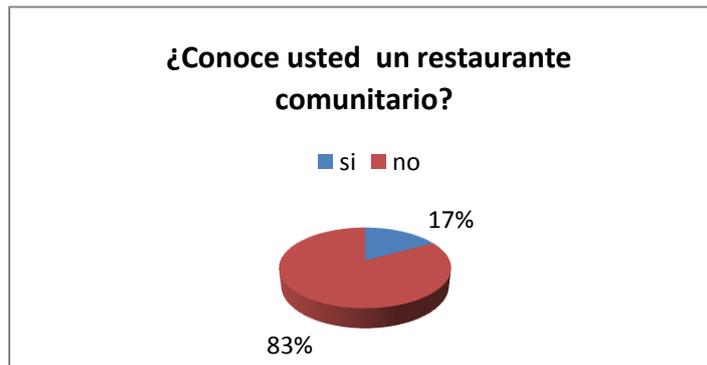


Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

El 83% de las personas encuestadas no conoce un restaurante comunitario y el 17 % por ciento si conocen un restaurante comunitario.

Grafico 9

Pregunta:

¿Cuál es el restaurante de comida nacional que más visitas?



Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

Después de encuestar a las personas obtuvimos que el competidor directo con mayor posicionamiento en el mercado es las Fritadas rositas con un 53%, después las pilitas con 30% y por ultimo antojitos de cuy con un 17%.

Grafico 10

Pregunta:

¿Cuál es el tiempo promedio que usted ocupa cuando visita un restaurante?



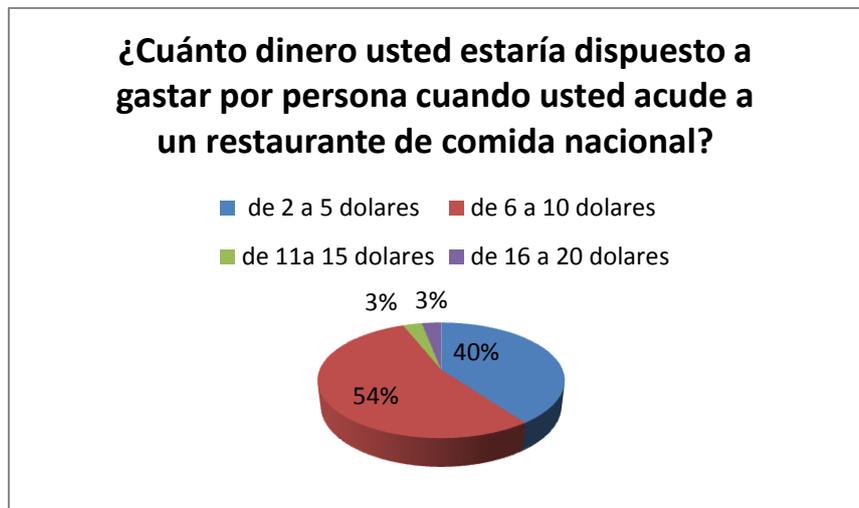
Gráfico realizado por Francisco Hernández. 06/06/2015

El 60% de los encuestados ocupa un tiempo promedio de 45 minutos en un restaurante, el 20% ocupa 30 minutos en un restaurante y el 20% restante ocupa 60 minutos en un restaurante.

Grafico 11

Pregunta:

¿Cuánto dinero usted estaría dispuesto a gastar por persona cuando usted acude a un restaurante de comida nacional?



De las personas encuestadas el 40% está dispuesto a gastar 2 a 5 dólares, el 54% de las personas encuestadas está dispuesto a gastar de 6 a 10 dólares, 3% de los encuestados está dispuesto a gastar de 11 a 15 dólares y el último 3% está dispuesto a gastar de 16 a 20 dolares.