



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

TÍTULO:

**ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE CON UN BUFÉ DE ENSALADAS EN LA
PARROQUIA ROCAFUERTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTOR (A):

Morales Zambrano Erika Dennisse

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TUTOR:

Luis Fernando Albán

Guayaquil, Ecuador

2015



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

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Morales Zambrano Erika Dennisse, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniero (a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

TUTOR (A)

Ec. Luis Fernando Albán

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 18 días del mes de marzo del año 2015



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Erika Dennisse Morales Zambrano

DECLARO QUE:

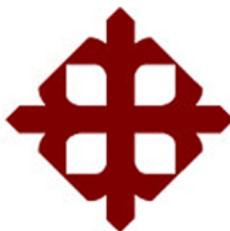
El Trabajo de TITULACIÓN ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE CON BUFÉ DE ENSALADAS EN LA PARROQUIA ROCAFUERTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL previa a la obtención del Título de Ingeniero (a) en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 18 días del mes de marzo del año 2015

EL AUTOR (A)

ERIKA DENNISSE MORALES ZAMBRANO



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Erika Dennisse Morales Zambrano

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE CON BUFÉ DE ENSALADAS EN LA PARROQUIA ROCAFUERTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 del mes de marzo del año 2015

EL (LA) AUTOR(A):

ERIKA DENNISSE MORALES ZAMBRANO

AGRADECIMIENTO

Ante todo agradezco a Dios por darme la oportunidad de haber culminado este ciclo, sin duda es una bendición.

Agradezco a mis padres y hermanos, en especial a mi tía Francisca Vinuesa quien siempre creyó en mí y me brindó su apoyo cada vez que lo necesité.

También agradezco a los detractores, a los que alguna vez dijeron no porque me motivaron a seguir adelante demostrándoles que todo es posible cuando tenemos la ferviente convicción de querer hacerlo.

Y agradezco también a mi gran amiga María Auxiliadora y a mi tutor Ec. Luis Albán por brindarme su apoyo y paciencia durante este proceso de titulación; sin duda el destino se encargó de ponerlos en mi camino para ser mi guía.

DEDICATORIA

Este trabajo, realizado con mucho esfuerzo y dedicación a lo largo de estos años, va dedicado a mi familia, a mis amigos y a todos quienes luchan por sus metas aunque tengan al mundo en contra y siguen teniendo en firme la convicción de que todo es posible con esmero y dedicación.



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

CALIFICACIÓN

Morales Zambrano Erika Dennisse	Nota final del Tutor

Ec. Luis Fernando Albán

TUTOR

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	13
1.1 MARCO TEÓRICO	13
1.1.1 ALIMENTACIÓN SALUDABLE	13
1.1.2 UNA ALIMENTACIÓN COTIDIANA REGIDA POR LOS SABORES	15
1.1.3 HÁBITOS ALIMENTICIOS	16
1.2 MARCO CONCEPTUAL	18
1.2.1 GASTRONOMÍA	18
1.2.2 VEGETARIANISMO	22
1.3 MARCO REFERENCIAL	24
1.4 MARCO LEGAL	27
1.4.1 LEY DE TURISMO CAPÍTULO I	27
1.4.2 LEY DE TURISMO CAPÍTULO II	28
CAPÍTULO II	34
2.1 MARCO METODOLÓGICO	34
2.1.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.1.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	34
2.1.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	35
2.2 POBLACIÓN	36
2.3 TIPO DE MUESTREO	36
2.4 CARACTERÍSTICA Y CÁLCULO DE LA MUESTRA	37
2.5 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	38
CAPÍTULO III	39
3.1 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.2 ANÁLISIS SITUACIONAL	54
3.3 ANÁLISIS DE MERCADO	54
3.4 ANÁLISIS FINAL DE DATOS	55
3.4.1 PREFERENCIAS	56
3.4.2 ECONÓMICO	57
3.4.3 OPORTUNIDAD	58
CAPÍTULO IV	59
4.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	59
4.2 ANALISIS FODA	59
CAPÍTULO 5	61
5.1 DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO	61
5.1.2 MISIÓN	61
5.1.3 VISIÓN	61

5.2 VALORES CORPORATIVOS	61
5.3 CULTURA CORPORATIVA	62
5.4 OBJETIVO GENERAL	63
5.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	63
5.6 ORGANIGRAMA	64
5.7 PLAN DE MARKETING	67
5.7.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	67
5.7.2 MENÚ SEMANAL DE REFERENCIA	68
5.7.3 PLAZA	68
5.7.4 PROMOCIÓN	69
5.8 Pasos para la apertura de un Bufé de ensaladas en el centro de Guayaquil	69
5.8.1 LOCALIZACIÓN	70
5.8.2 INSTALACIONES	70
5.8.3 INVERSIÓN	71
<i>CAPÍTULO VI</i>	73
6.1 CONCLUSIONES	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1	39
Gráfico No. 2	40
Gráfico No. 3	41
Gráfico No. 4	42
Gráfico No. 5	43
Gráfico No. 6	44
Gráfico No. 7	45
Gráfico No. 8	46
Gráfico No. 9	47
Gráfico No. 10	48
Gráfico No. 11	49
Gráfico No. 12	50
Gráfico No. 13	51
Gráfico No. 14	52
Gráfico No. 15	53
Gráfico No. 16	55
Gráfico No. 17	56
Gráfico No. 18	57
Gráfico No. 19	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	39
Tabla 2	40
Tabla 3	41
Tabla 4	42
Tabla 5	43
Tabla 6	44
Tabla 7	45
Tabla 8	46
Tabla 9	47
Tabla 10	48
Tabla 11	49
Tabla 12	50
Tabla 13	51
Tabla 14	52
Tabla 15	53
Tabla 16	68
Tabla 17	71

RESUMEN

El presente trabajo es un estudio de la tendencia gastronómica para desarrollar un restaurante donde una barra de ensaladas se una a la oferta gastronómica guayaquileña ya establecida, brindándole a cada plato la porción de vegetales y frutas necesarias para una alimentación balanceada.

Esta propuesta tiene como objetivo promover nuevos hábitos alimenticios a nuestra dieta diaria sabiendo la cantidad de nutrientes que nos proporciona cada porción de alimentos que ingerimos y disminuir el riesgo de desarrollar enfermedades ligadas a la mala alimentación.

La acogida del establecimiento se basa en la tendencia actual de cuidar la salud mediante dietas balanceadas, especialmente en las personas de clase media-alta y turistas que pagarían lo justo por recibir alimentos a su elección y satisfagan sus necesidades y al mismo tiempo tengan la potestad de servirse las porciones que gusten disfrutando de los vegetales y frutas de temporada de nuestro país.

ABSTRACT

The present work is a study of the culinary trends to develop a restaurant where a salad bar joins the already established Guayaquil cuisine, giving each dish a serving of vegetables and fruits needed for a balanced diet.

This proposal aims to promote new eating habits to our daily diet, knowing the amount of nutrients that gives us every bit of food we eat and decrease the risk of developing linked to poor diet disease.

Welcoming the establishment is based on the current trend of health care through balanced diets, especially those of medium-high and tourists who would pay just enough to receive food at their own option and satisfy their needs and at the same time, they have the choice to serve themselves the portions they prefer, enjoying vegetables and seasonal fruits from the country.

INTRODUCCIÓN

Santiago de Guayaquil fue fundada el 15 de agosto de 1534, en el actual cerro Santa Ana, en 1547 fue su asentamiento decisivo. Fue desde su inicio un astillero y puerto comercial al servicio de la Corona española. La también conocida “Perla del Pacífico, tiene una superficie de 344,5 km² y un estimado poblacional urbano y rural de 2 350 915 habitantes. En la actualidad, su área metropolitana está compuesta por un 91.9% (área territorial) y un 81.9 % equivalente a ríos y esteros. Asimismo, se divide en 74 sectores, los cuales se fragmentan en 16 parroquias urbanas donde el idioma oficial es el castellano.

Las principales actividades económicas que se destacan en la provincia del Guayas son la producción agrícola y ganadera. En el caso de la agricultura los cultivos más fértiles son la caña de azúcar, arroz, banano, cacao, café y frutas tropicales como el mango, papaya, melones.

También es destacable la producción y explotación pesquera, sustentada principalmente en la crianza en cautiverio, así como la pesca de atún, sardinas, y muchas otras variedades de peces, tanto para el consumo interno, como para la exportación.

Guayas, provincia donde está ubicado el cantón Guayaquil, es la provincia con mayor población y una de las que más aporta en beneficio de la economía del país.

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en su censo de diciembre del 2010 fijó la población flotante del puerto principal en 71 mil personas que llegan diariamente y regresan por las noches a su ciudad de origen. La mayoría de esta población flotante o también conocida como pendular, permanece en la urbe durante los horarios de almuerzo, lo que fomenta la demanda de restaurantes en la ciudad.

Actualmente, la oferta gastronómica ubicada en el centro de la ciudad donde se congrega la mayor cantidad de trabajadores posee una oferta gastronómica amplia y variada donde destacan los lugares donde se expendan almuerzos ejecutivos: los mismos que se limitan a una sopa, un plato principal y una bebida que varía entre dos o tres opciones para cada plato.

ANTECEDENTES

La Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) publicaron un informe de expertos independientes sobre dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas. La consulta hecha por los expertos sobre dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas se llevó a cabo en Ginebra, Suiza desde el 28 de enero al 1 de febrero del 2002. El informe propone identificar nuevas recomendaciones sobre régimen alimentario y actividad física destinadas a los gobiernos, con miras a tratar de resolver el problema que plantea el creciente número de personas que mueren anualmente por enfermedades crónicas destacando el valor nutricional que aportan las legumbres y frutas en las prevención de las enfermedades crónicas en mención. El número de enfermedades crónicas, entre ellas las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, la diabetes y la obesidad, aumenta rápidamente en todo el mundo.

En el 2001, las enfermedades crónicas representaron aproximadamente el 59% de los 56,5 millones de defunciones comunicadas en todo el mundo, y el 46% de la carga de morbilidad mundial. El informe, basado en el análisis de las mejores pruebas científicas actualmente disponibles y en el dictamen colectivo de un grupo de 30 expertos, reafirma que la ingesta energética diaria debe ser equivalente al gasto de energía. Las pruebas científicas sugieren que un consumo excesivo de alimentos muy energéticos

puede favorecer el aumento de peso, por lo que insta a limitar la ingesta de grasas saturadas y trans, azúcar y sal, y señala que esos ingredientes se encuentran frecuentemente en tentempiés, alimentos preparados y bebidas.

Según el Dr. Ricardo Uauy, Director del Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Chile y Profesor de la Escuela de Higiene y Medicina Tropical de Londres, quien presidió el grupo de expertos, “el informe tiene una gran importancia porque se basa en las mejores pruebas científicas actualmente disponibles sobre la relación entre el régimen alimentario, la nutrición y la actividad física por una parte, y las enfermedades crónicas por otra, y, además, está avalado por el dictamen colectivo de un grupo de expertos, formulado desde una perspectiva mundial”

El informe de los expertos se da a conocer en momentos en que la OMS (Organización mundial de la salud) prepara una Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud a raíz de una resolución adoptada por sus Estados Miembros en la Asamblea Mundial de la Salud, en mayo de 2002.

El bufé de ensaladas es un servicio disponible en bares o restaurantes en el que se ofrecen los ingredientes de las ensaladas. Los clientes, por regla general tienen la opción de ensamblar la ensalada a su gusto. Este tipo de servicio hostelero suele encontrarse en los hoteles, o en ciertos restaurantes que ofrecen platos vegetarianos. Los ingredientes habituales son: hojas de

lechugas, tomates y vegetales de la estación, etc. Otras verduras finamente cortadas ofrecidas son: rodajas de cebollas, zanahorias, pepinos y otros tipos de legumbres. En algunos casos croûtons de pan, tiras de tocino, embutidos, huevos, pastas y carnes blancas y rojas en medianas porciones y diferentes tipos de quesos y condimentos diversos para ensaladas.

Los vegetales y frutas, nos aportan infinitas ventajas al incluirlas en la dieta, no solamente por la gran variedad que nos ofrece la naturaleza, sino porque son esenciales, ya que nos aportan mucha agua, vitaminas, minerales, y un bajo contenido calórico, esencial para sentirnos saludables.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Tomando en cuenta que el Puerto principal tiene una población flotante de 71 mil personas diariamente, y que este flujo poblacional demanda más cantidad de restaurantes para su alimentación diaria en las horas en las que normalmente se toma la comida principal, el almuerzo; las ofertas gastronómicas van orientadas a satisfacer diariamente a los clientes en forma general sin dar suficiente importancia a la realidad de consumir alimentos de calidad y que contribuyan a mantener nuestra buena salud.

Las opciones de menú son realmente limitados en contenido nutricional y en muchos casos las personas los consumen por el hecho de ser económicos a su bolsillo pero al final costoso para su salud. Al ser estos menús de consumo diario, a la larga este será un factor que podría desarrollar un desbalance en la salud que desencadenaría enfermedades posteriores. En el sector comercial y bancario de la ciudad de Guayaquil, específicamente en la parroquia Rocafuerte, el precio por un almuerzo fluctúa entre \$ 2.25 y \$3.50 con un menú básico comprendido por una sopa, plato fuerte y bebida y en ciertas ocasiones se brinda una pequeña porción de postre.

Actualmente, en el mercado gastronómico de la ciudad de Guayaquil existen diferentes modelos de negocios de restauración donde se ofrece el servicio de bufé y se da la opción de auto servirse los alimentos pero los precios no se ajustan al presupuesto de los ciudadanos que, por sus actividades laborales

tienen la necesidad de alimentarse fuera de casa al menos una vez al día, 5 veces a la semana.

Aunque el precio por cada menú de almuerzo es accesible a la mayoría de la población, el menú disponible es muy deficiente nutricionalmente y en cierto grado es excluyente debido a que la mayoría de estos menús de consumo masivo no contienen una opción para personas con enfermedades pre existente o dietas diferentes. La realidad es que la oferta actual impone un menú diario a bajo precio, que deja a un lado las preferencias alimentarias o dietas de una minoría de la población como: vegetarianos, veganos, célicos; también a personas que por enfermedades tales como hipertensión, diabetes o enfermedad celíaca están obligados a consumir alimentos selectos en sus dietas diarias. De hecho, esta limitada oferta gastronómica indirectamente afecta a las dietas de turistas que por motivos culturales, ecológicos o de salud no están familiarizados con el consumo de ciertos productos y crea una barrera cultural en el momento de consumir nuestros platos típicos. Pese a que la opción de un buffet de ensaladas ya existe en la ciudad, la mayoría están ubicados dentro de hoteles de lujo y no siempre están al acceso del la gente que demanda un tipo de menú diferente, al menos no como para hacerlo diariamente en beneficio de proporcionar todos los nutrientes necesarios a su dieta diaria.

Un bufé de ensaladas aportaría en gran cantidad a la oferta ya establecida debido a que se potencializaría el uso de vegetales y frutos de la región

haciendo mucho más nutritivas las opciones a la hora de comer y también se implementaría como medida inclusiva a aquellos que llevan dietas especiales.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la propuesta de dotar un establecimiento con un bufé de ensaladas influiría en los hábitos alimenticios de los guayaquileños de la zona comercial de la urbe a la hora de tomar su segunda comida del día o almuerzo?

JUSTIFICACIÓN

El propósito de este restaurante es incentivar la alimentación saludable y la buena salud a través de la inclusión de vegetales y frutos frescos a la actual oferta gastronómica durante la comida principal o almuerzo en la zona comercial y bancaria de Guayaquil, específicamente en la parroquia Rocafuerte. En la actualidad y con la tendencia de comer delicioso y saludable, se puede brindar un espacio para comer a su gusto fuera de casa sin tener limitaciones donde cada bocado contenga su valor nutricional y que esta oferta no tenga precios tan elevados; al mismo tiempo se fomenta el hábito de no solo comer sino alimentarse.

En Guayaquil, es considerable la cantidad de personas que mantienen un régimen alimenticio diferente que no se ajusta al menú cotidiano ofertado en la urbe. Ya sea por salud o por estética, los guayaquileños están preocupándose más por lo que comen adquiriendo nuevos hábitos alimenticios para así mantener un equilibrio nutricional. En forma paralela, este bufé de ensaladas servirá de vitrina a los turistas extranjeros para consumir nuestros productos frescos; la mayoría de extranjeros no están familiarizados a ingerir arroz o pastas en cada plato al menos dos veces al día, considerando que esa es la oferta gastronómica actual en la ciudad

OBJETIVOS GENERALES

- Determinar la factibilidad de implementar un bufé de ensaladas en la zona comercial y bancaria de Guayaquil potencializando el consumo de vegetales y frutos frescos a la hora de la comida principal o almuerzo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar las necesidades y ofertas gastronómicas actuales de la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil
- Investigar las preferencias alimenticias del grupo de personas que desarrollan sus actividades diarias en el sector centro de la urbe.
- Analizar el grado de aceptación de un bufé de ensaladas presente a la hora de la segunda comida del día en Guayaquil sumándose a la habitual oferta de un menú de almuerzo.
- Determinar el precio promedio que la población estaría dispuesta a pagar por consumir alimentos de calidad aportando al equilibrio de la buena salud

CAPÍTULO I

1 .1 MARCO TEÓRICO

La gastronomía en la actualidad es considerada como parte elemental de la cultura a través del arte culinario. La población busca nuevas opciones disfrutando de diferentes tipos de alimentos y en especial si estas aportan nutrición al organismo.

Actualmente con gastronomía nos referimos, sobre todo, a la elaboración y presentación de alimentos, siguiendo unas pautas culturales tradicionales a los que suele también designar con la palabra "cocina" (Enrique Ramos, 2002, p.196). Desde los banquetes y bacanales de las antiguas civilizaciones griega y romana, comer en un lugar público en compañía de más personas se ha asociado frecuentemente con el ocio y con el disfrute de representaciones artísticas. Sin embargo, la realidad nos demuestra que los lugares públicos materializados en forma de restaurantes a los que la gente acude en busca de placer y entretenimiento han surgido más recientemente. (Ryder, B. 2004, p.7)

1.1.1 ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Actualmente el gobierno ecuatoriano está promoviendo la alimentación sana, y busca revalorizar la gastronomía ecuatoriana, ya que busca generar una vida sana para todos los ciudadanos en función de construir la sociedad del Buen Vivir (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013).

La expectativa de vida del ser humano es de 75 a 78 años y puede incrementar a 85 años en las próximas dos décadas; sin embargo, no es claro si pueda ser satisfactorio vivir estos años adicionales. Numerosos estudios indican que el incremento en años de vida no siempre está asociado a una mejor calidad de la misma, dados los cambios físicos, mentales y sociales que se desencadenan con la edad. Muchas de las enfermedades propias de las sociedades occidentales son dependientes de las hormonas y los estudios epidemiológicos han llevado a establecer una estrecha asociación entre la incidencia de enfermedades tales como cáncer de próstata, de mama, de colon, enfermedades cardiovasculares, con la carencia de cierto tipo de vegetales en la dieta (Adlercreutz, 2009, p. 23.). Es extremadamente difícil identificar los componentes de la dieta útiles para prevenir el riesgo de las enfermedades mencionadas anteriormente. Los estudios de intervención de la dieta, que generalmente son de corto tiempo, no necesariamente pueden reflejar las respuestas observables en estudios de largo plazo, sin embargo, las investigaciones en nutrición han podido establecer los beneficios que para la salud puede generar una intervención dietaria (Willett WC, *Ciencia* 2002). Se ha podido establecer que la dieta humana contiene, además de los macro y micro nutrientes, una serie de compuestos no nutrientes bioactivos, de origen vegetal, que pueden ser importantes para la salud, conocidos como fitoquímicos.

La alimentación saludable afirma: “Cada día existe un mayor interés por la relación existente entre nuestra alimentación y la salud...Una alimentación

saludable puede ser definida como aquella que es variada, completa, suficiente, equilibrada y segura” (Martínez, 2001, p.86).

1.1.2 UNA ALIMENTACIÓN COTIDIANA REGIDA POR LOS SABORES

La alimentación cotidiana no es objeto de una problematización en términos de salud, ello deja espacio para un amplio margen de elecciones alimentarias. Incluso dentro de las categorías de productos que se consideran menos sanos. Así ocurre con los alimentos industriales, la comida rápida o precocinada, las hamburguesas, las pizzas: aunque estos alimentos sean rechazados y designados como chatarra desde el esquema de la alimentación natural, no supondrían ningún peligro serio de salud y la razón que cotidianamente se maneja para incluirlos o excluirlos del menú es el sabor. Si la salud es un objetivo lejano que apenas interfiere en las prácticas cotidianas de alimentación porque se cumple con unos mínimos-con evitar excesos-, y la principal preocupación en torno a la alimentación es el sabor de los alimentos. (Criado, 2008, p. 56)

En el ámbito de la alimentación, las clases populares se diferencian de las clases medias por una disposición alimentaria y un contexto cotidiano. En primer lugar, la disposición alimentaria identifica la tendencia a privilegiar una alimentación que permita sentirse fuerte. En segundo lugar, el contexto cotidiano agrupa en las clases populares a aquellos segmentos sociales que carecen de mercados de interacción en los que el ascetismo alimentario reciba recompensas constantes y no contradictorias; como es el caso de las clases

medias y altas, en las que la distinción corporal y la sofisticación alimentaria (en la forma de conocimientos gastronómicos) es una condición de la sociabilidad. (Moreno Pestaña, 2008, p .57)

1.1.3 HÁBITOS ALIMENTICIOS

Los hábitos alimenticios se han ido moldeando y alterando a lo largo de la historia y seguirá transformando a través del tiempo, ya que es una necesidad que varía de acuerdo a su entorno por aspectos como: los gustos, la sociedad, las costumbres, cantidad de información externa además de la aplicación de nuevas tecnologías. Por ejemplo, se puede alterar la alimentación enseñando a una sociedad de cómo hacerlo más sano y apropiado, mostrando los beneficios sobre nutrición. (Martínez, 2011)

A medida que la ciencia avanza, se puede sugerir variaciones en los hábitos culinarios hasta obtener una dieta balanceada pudiendo ser general o específica de acuerdo al entorno en donde viva un individuo, basados por estudios y análisis. Los hábitos dependen de varios factores según Martínez:

- 1) Internos, que están relacionados con carácter físico del ser humano, es decir, el funcionamiento de su organismo.
- 2) Externos, que están relacionados con el entorno físico y sus condiciones naturales del terreno en el que habitamos, minerales, clima, suelo sus deficiencias y bondades.
- 3) El individuo, es decir la persona, su edad, sexo, actividad, religión, costumbres y tradiciones.

Los cambios recomendados para mejorar la salud mediante la alimentación son los siguientes:

- Incremento en consumo en legumbres.
- Aumento en consumo de frutas, verduras y hortalizas.
- Evitar el exceso del consumo de grasa y cambio azucares.
- Disminución del consumo de harinas (productos de pastelería y bollería).
- Disminución del consumo de alcohol.
- Disminución del consumo de sal.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

1.2.1 GASTRONOMÍA

La gastronomía es el estudio de la comida y su relación con diversas culturas, con un enfoque especial en la cocina gourmet. A la persona que se dedica a ello se le llama gastrónomo o gastronoma, y a pesar de que es una confusión muy común, la gastronomía involucra mucho más que el arte de cocinar, por lo que no cualquier persona que sepa cocinar bien puede ser considerada un gastrónomo.

La gastronomía es una de las disciplinas más importantes para el hombre del siglo XXI, porque se le reconoce su carácter esencial para la salud de las personas, su contribución a la estética y que influye en el comportamiento social. El gran mérito que tiene es hacer de la necesidad virtud, por lo que el “deber comer” está hoy más relacionado que nunca con “saber” hacerlo. Y se trata de una capacidad más difícil de lo que parece pero que proporciona, en el más amplio de los sentidos, una enorme satisfacción. (Ansón, R., 2006, p. 3.)

BUFÉ: Es una palabra de origen francés (buffet) que refiere a una comida servida y disponible sobre una mesa junto con su cubertería. No solo es un buffet a la forma de servir los alimentos: también se denomina así a las mesas donde está la comida y al lugar donde se da este tipo de servicio. En un bufet o bufé se ofrece comida lista servida en una mesa grande de manera de cada persona pueda servirse lo que desee y en la cantidad que este desee por un precio establecido donde generalmente las bebidas no están incluidas. Esta modalidad de autoservicio facilita dar de comer a un grupo grande de personas

sin la necesidad de que un mesero se acerque a la mesa a tomar diferentes pedidos. La RAE (Real Academia Española) define a ensalada como hortaliza o conjunto de hortalizas mezcladas, cortadas en trozos y aderezadas con sal, aceite, vinagre y otras cosas.

LOS VEGETALES: Los vegetales se clasifican muchas veces de acuerdo a la familia botánica a la que pertenecen; pero desde el punto de vista del menú, en el que debe considerarse el valor nutritivo y el factor estético, lo más adecuado es clasificarlos según la parte del vegetal que se usa en la alimentación. El origen etimológico del término vegetal proviene de una palabra del latín: vegetare, que puede traducirse como crecer.

Un vegetal es un ser orgánico que crece y tiene vida aunque no muda de lugar por impulso voluntario. Los vegetales carecen de aparato locomotor. El término también se utiliza para nombrar a todo aquello perteneciente o relativo a las plantas. Los vegetales pueden sintetizar su propio alimento a través de la fotosíntesis y están compuestos por organismos multicelulares y pueden medir desde unos pocos centímetros como el musgo o hasta varios metros de altura como los árboles. El concepto es poco utilizado en el ámbito científico, el uso de la noción de vegetal queda limitado a la comida y a lo referente a la nutrición o la gastronomía. Los alimentos vegetales incluyen a las hortalizas (como las verduras y los tubérculos) y las legumbres. La lechuga, el tomate, el apio y la cebolla son vegetales.

Todos estos tipos de alimentos tienen diversas vitaminas que ayudan al organismo de distintas formas.

Las verduras y hortalizas aportan minerales y vitaminas que se encuentran en cantidades relativamente grandes comparadas con las que se obtienen de otros alimentos. Los alimentos verdes y amarillos ocupan el primer lugar como fuente de caroteno (pro-vitamina), riboflavina, ácido ascórbico, hierro y calcio.

Algunos vegetales son tan abundantes en almidón o fécula que pueden formar una categoría aparte; se les llama vegetales farináceos o feculentos. Comprenden las viandas, las leguminosas y los cereales.

LAS VIANDAS.- Se distinguen principalmente como alimentos productores de energía, pero también aportan algunas sales minerales y vitaminas. Forman un grupo muy numeroso: malanga, papas, boniato, yuca, plátano y ñame.

LAS FRUTAS.- Han formado parte de la alimentación humana desde los tiempos prehistóricos, cuando lo que importaba al hombre era adquirir algo para comer, sin pensar en su valor alimenticio; son apreciables especialmente por su elevado contenido de minerales y vitaminas. Los minerales más abundantes son: calcio, fósforo, magnesio, hierro y cobre, se encuentran formando parte de las sales y ácidos orgánicos característicos de las frutas. Se prefiere degustar las frutas crudas, pero en algunas ocasiones conviene cocinarlas para mejorar su sabor y aumentar su digestibilidad, de las cuales podemos obtener compotas, frutas salteadas, etc., de un gran valor nutritivo.

El valor alimenticio de las frutas y jugos enlatados es similar al de las frutas ligeramente cocinadas, pues los métodos industriales modernos conservan parte de los elementos nutritivos. La gran importancia de las frutas en la dieta es bien reconocida en la actualidad y se refiere principalmente a su contribución en minerales y vitaminas. La harina de maíz es muy usada como plato feculento de cualquier comida; también se cocina con azúcar para postre y es muy nutritiva.

Este grupo de alimentos aporta variedad de vitaminas y minerales, y constituye la principal fuente de fibra de nuestra alimentación. Contienen, además, muchas otras sustancias que recién comienzan a conocerse y a las que se les están demostrando múltiples efectos sumamente beneficiosos para la salud, constituyendo en la actualidad un apasionante campo de interés.

LAS VITAMINAS.- Son sustancias indispensables para la vida que el organismo necesita en muy pequeñas cantidades y no es capaz de sintetizar por sí mismo sino que debe obtenerlas de los alimentos. Son 13 en total; no son alimentos en sí, no aportan calorías. Existen 4 que son solubles en grasas (A, D, E, K) y las podemos almacenar; en cambio, las restantes (Complejo B y la Vitamina C) son solubles en agua, por lo que se eliminan en la orina y se deben consumir diariamente, como parte de una alimentación que contenga los 5 grupos de alimentos, pero con abundancia de frutas y verduras, que aportan vitamina A, varias del complejo B única fuente de vitamina C.

LOS MINERALES.- Son elementos inorgánicos que el organismo necesita para funcionar, y se debe ingerirlos con los alimentos. Cumplen variedad de funciones: estructura de huesos y dientes, transporte de oxígeno en los glóbulos rojos, transmisión de los impulsos nerviosos, contracción muscular, cicatrización de las heridas, respuesta inmunológica, etcétera. Son pobres en sodio y ricos en potasio. Los vegetales de hoja verde oscuro pueden aportar magnesio y calcio. En general, la composición en minerales responde al tipo de suelo de cultivo. El hierro de los vegetales, que es de difícil absorción, puede mejorar su aprovechamiento si se lo consume con vitamina C.

LOS ANTIOXIDANTES.- Todos los organismos que utilizan oxígeno para vivir generan normalmente un porcentaje mínimo de partículas oxidantes o radicales libres que tienen la capacidad de dañar a las células. Ese daño mínimo se acumula con los años y es la explicación del proceso de envejecimiento. Los organismos tienen defensas antioxidantes naturales para asegurar el menor daño posible y prolongar la vida.

1.2.2 VEGETARIANISMO

Se conoce como vegetarianismo al régimen alimentario que abstiene del consumo de carne de cualquier animal (vacas, cerdos, pollos, pescados, etc.) y que se basa en el consumo de vegetales, frutas y cereales. Aquel que practica estas dietas se conoce como vegetariano.

Además de todo lo expuesto hay que subrayar que este citado régimen alimentario es tomado como máxima por multitud de personas sustentándose

en diversas razones y motivos. Así, por ejemplo, están las que lo adoptan por motivos religiosos, las que lo hacen por cuestiones de salud o las que toman como base criterios éticos. Estas últimas son las que deciden hacerse vegetarianas porque están en contra del daño que se les hace a los animales. Existen diversos tipos de vegetarianos; hay quienes no ingieren ningún producto derivado de los animales, como los huevos o la leche, en estos casos, se habla de vegetarianos estrictos o veganos.

VEGANOS: No sólo tienen unas férreas convicciones en materia alimentaria, sino que además esas las llevan a otros aspectos de su vida como, por ejemplo, el vestuario. En este sentido, se oponen a llevar cualquier tipo de prenda que haya sido confeccionada haciendo uso de pieles animales así como lanas o sedas de la misma procedencia.

Y todo ello sin pasar por alto tampoco que estas ideas les hacen rechazar de pleno actividades de ocio como pueden ser los circos, las corridas de toros o los parques temáticos por considerar que tratan con menosprecio a los animales. La opción de alimentarse sólo de vegetales suele ser una decisión ética de quienes se oponen a que se sacrifiquen animales por su carne.

1.3 MARCO REFERENCIAL

- IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE TEMÁTICO CON ORIENTACIÓN FAMILIAR EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Se describe el proyecto de negocio aplicado llamado Fantasy Hollow. El objetivo del proyecto es fusionar la oferta gastronómica con un lugar de entretenimiento familiar, dirigido especialmente para niños. Durante el proyecto se incluyó cuatro estudios necesarios para la implementación del negocio.

Estudio organizacional.- Presenta los problemas y oportunidades que motivan la idea, las características del servicio y un análisis FODA. El estudio de mercado contiene los resultados de una encuesta que se realizó para estimar la demanda, disponibilidad de pago y la segmentación del mercado. Mediante el estudio técnico se abarca el balance de activos y recursos humanos requeridos para inicial el negocio. El estudio financiero presenta los flujos proyectados a cinco años y los indicadores de rentabilidad que sustenta la factibilidad del negocio y su alta probabilidad de éxito.

Dentro de las conclusiones se determinó que la implementación de un restaurante temático en Guayaquil es un proyecto viable y atractivo para los inversionistas nacionales y extranjeros. La contribución de este proyecto a la sociedad es presentar una oportunidad de negocios rentables además de una investigación de mercado con información y datos concluyentes del

comportamiento de los clientes. El estudio de mercado reveló el interés y la disponibilidad de pago de la sociedad Guayaquileña hacia este proyecto.

(Sandra Alvarado, Diana Fernández y Daniel Sánchez, 2007)

▪ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN RESTAURANTE VEGETARIANO GOURMET EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.**

Como objetivo general se determinó la factibilidad de un restaurante vegetariano gourmet como lugar de nutrición, buen comer y entretenimiento en la ciudad de Guayaquil. Dentro de la metodología de la investigación de mercado, cualitativo y cuantitativo de concluye con lo siguiente:

1. La ciudad de Guayaquil está lista para un nuevo tipo de establecimiento de comidas
2. La variable "vegetariano-gourmet" demuestra curiosidad e interés de parte de las personas para probar este tipo de alimentación
3. A pesar de que hoy en día en la ciudad crece con gran rapidez los establecimientos de comida rápida se concluye que lo saludable también está emergiendo.

MARÍA SALAME SALAZAR (2012)

En cuanto a la oferta de bufé de ensaladas, uno de los restaurantes con mayor éxito en la última década es Green is better. Green is Better es un nuevo concepto de comida rápida-sana. La marca nace en Francia hace 6 años y cuenta con más de 30 restaurantes en París y otras ciudades francesas, con presencia en 12 países.

El restaurant Green deja de lado el pre-concepto que al momento de almorzar algo rápido solo lo haremos no saludablemente. Por el contrario, la marca presenta un conjunto de platos sabrosos y saludables en solo minutos. Green is Better es un amplio salad bar, con inigualable variedad de ensaladas frescas, deliciosos wraps y sabrosas tartas, grilles o sopas. Además incluye baguettes parisinas rellenas, nutritivos jugos y licuados de frutas, sumado a postres y helados lights.

El cliente puede hacer su ensalada a gusto, eligiendo entre una inmensa variedad de vegetales, leguminosa, cereal, pastas y múltiples bases de ensaladas. Agregándole frescos jamones, quesos, mariscos, pescados, pollo, champiñones u otras delicatessen, y finalizando las mismas con deliciosos aderezos clásicos y franceses. Luego de su éxito en Francia y toda Europa, su primer restaurant en Sudamérica fue inaugurado en el 2012 en Asunción (Paraguay). El mismo ha sido visitado por miles de clientes amantes de la gastronomía saludable. La franquicia ha abierto restaurantes en la región. Luego de Asunción, le siguió Lima (Perú), Medellín (Colombia), Santa Cruz (Bolivia) y tiene previstas en breve inauguraciones en Santiago (Chile) y Bogotá

(Colombia), además de estar negociando con un conjunto de interesados para diferentes ciudades sudamericanas. En estas mismas ciudades se permiten nuevos franquiciados, respetando siempre los barrios o zonas de influencia. Al momento la franquicia se extiende por la mayor parte de Europa y está en miras de entrar al mercado latinoamericano con su oferta gastronómica.

1.4 MARCO LEGAL

En el Objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir, elaborado por la SENPLADES (Secretaría Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa), se promueve el mejorar la calidad de vida de la población, bajo la siguiente premisa:

"Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad social.

1.4.1 LEY DE TURISMO CAPÍTULO I

La Ley de Turismo en EL Capítulo 1 Generalidades, Art.3 determina:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;
y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

1.4.2 LEY DE TURISMO CAPÍTULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

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

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

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los

establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- 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 ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

Para operar un restaurante en la ciudad de Guayaquil se necesita establecer lo siguiente:

1. **Registro del establecimiento en el RUC:** Servicio de Rentas Internas
Para identificar a las personas jurídicas o naturales el Servicio de Rentas Internas (SRI) implementó hace varios años el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Éste debe tenerlo cualquier persona jurídica o natural que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.
2. **Uso de Suelo – Municipio de Guayaquil:** Todos los establecimientos que operen en la ciudad de Guayaquil y que no se encuentren en un Centro Comercial, deben tener el certificado de Uso de Suelo. Este documento determina si la actividad a realizarse es permitida y qué condiciones adicionales debe cumplir el local. Los establecimientos ubicados en Centro Comerciales, deben tener una copia del certificado de uso de suelo del centro comercial.
3. **Permiso de Funcionamiento – Cuerpo de Bomberos:** Todos los establecimientos de comercio deben contar con un permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos. Para obtenerlo las empresas deben llenar una solicitud de inspección de locales comerciales, adjuntando los documentos requeridos y cancelar una tasa calculada

por el cuerpo de Bomberos en función del riesgo de incendio del comercio, y obtener el visto bueno de un Inspector de Bomberos.

4. Todas las personas, naturales o jurídicas, que deseen constituir establecimientos turísticos, como restaurantes, bares, discotecas o sitios de alojamiento, deben registrarse ante el Ministerio de Turismo. Para ello, se debe llenar una solicitud de registro, anexando varios documentos exigidos por este ente. El Ministerio de Turismo calificará el establecimiento en función de sus características como fuente de soda o restaurante, y dentro de clasificación también definirá su categoría entre de primera, segunda o de lujo, para el caso de las fuentes de soda; y, de primera hasta cuarta categoría, o de lujo, para restaurantes.
5. **Permiso de Funcionamiento – ARCSA:** De acuerdo al Acuerdo Ministerial No.818 del 19 de diciembre de 2008, los establecimientos que expendan alimentos deben obtener un permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública, responsabilidad que ha sido cedida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).
6. **Patente Municipal – Municipio de Guayaquil:** La patente municipal es la inscripción de un negocio en los registros de la municipalidad en cuya jurisdicción se encuentra domiciliada la empresa constituida. Todas las personas que deseen iniciar una actividad comercial o industrial en el Ecuador deben obtenerla y renovarla anualmente.

7. **Certificado de Trampa de Grasa – Interagua:** Los establecimientos que posean cocinas deben solicitar un Certificado de Trampa de Grasas a Interagua.
8. **Tasa de Habilitación y Control – Municipio de Guayaquil:** Se creó con el objeto de habilitar y controlar que los establecimientos comerciales e industriales cumplan con los requisitos de proporcionar los datos requeridos por el Censo Permanente Municipal.
9. **Permiso de Comunicación Pública – SAYCE:** Si se consigue un local con mesas y se desea colocar música para generar un buen ambiente, es necesario obtener un permiso para “Comunicación Pública” de la Sociedad de Autores del Ecuador (SAYCE).

CAPITULO II

2.1 MARCO METODOLÓGICO

2.1.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño a emplearse durante la investigación es exploratorio de carácter cualitativo y cuantitativo mediante la técnica de entrevistas donde se pretende determinar aspectos diversos de la población como actitudes, motivaciones, creencias, gustos y preferencias; además del uso de la investigación descriptiva o estadística donde se darán a conocer las costumbres y actitudes predominantes del grupo poblacional a investigar.

2.1.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizará en la Ciudad de Guayaquil, en la zona comercial y bancaria de la parroquia Rocafuerte a un grupo poblacional comprendido entre 15-64 años. (Censo de población y vivienda, INEC, 2010)

La técnica a utilizar es la encuesta, donde se evaluará los gustos y preferencias del público al momento de servirse un almuerzo durante su jornada laboral.

2.1.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

GEOGRÁFICAS

- La ciudad de Guayaquil; parroquia Rocafuerte, zona comercial y bancaria.

DEMOGRÁFICAS

- Edades entre 15 y 64 años.
- Estudiantes, trabajadores y turistas
- Todos los niveles socioeconómicos

PSICOLÓGICA

- Personas que comen fuera de casa al menos una vez al día
- Individuos con dietas especiales
- Personas con el ideal de verse y mantenerse bien

SOCIO CULTURAL

- Guayaquileños y personas de otros cantones que visitan la ciudad durante el día (población flotante)
-

2.2 POBLACIÓN

Para Arnau, referido por Hurtado (2000), la población se define “como el conjunto de elementos, seres o eventos concordantes entre sí en cuanto a una serie de características, de la cuales se desea obtener alguna información”. Hurtado (2000), afirma que es “el conjunto de seres en las cuales se va a estudiar variable o evento, y que además comparten, como características comunes, los criterios de inclusión”.

Según Selltiz, en Sampieri (2003), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

De acuerdo al INEC (Instituto Nacional de estadísticas y censos), en el censo realizado en el 2010 la población de Guayaquil está determinada en 2.350.915 habitantes con una tasa anual de crecimiento del 1,58%.; Y de este censo se concluye que la población comprendida entre 15-64 años es del 65.4%. Bajo esta conclusión el universo a encuestar es de 1537.498 individuos

2.3 TIPO DE MUESTREO

- **Probabilístico aleatorio simple**

En este tipo de muestreo, todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de la muestra. Por lo tanto es el tipo de muestreo que se desarrollará durante la investigación. Muestreo probabilístico es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra (Anthony Ramos, 2009)

2.4 CARACTERÍSTICA Y CÁLCULO DE LA MUESTRA

El universo o población puede ser finito o infinito. Finito si el número de elementos a considerar es menor a 500,000 e infinito si es igual a este número o mayor. El tamaño de la población fue calculado utilizando el aspecto de población infinita con un punto crítico (z) al 95% de nivel de confianza, un máximo error permisible (e) de 5%, proporción muestral (p) del 50% de ocurrencia exitosa y (q) de no éxito.

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,84 (0,25)}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = \frac{384}{\text{encuestados}}$$

2.5 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información (José Avilés, 2014).

La encuesta.- Hoy en día la encuesta se usa más frecuentemente para describir un método de obtener información de una muestra de individuos donde la muestra es usualmente sólo una fracción de la población bajo estudio. A diferencia de un censo, donde todos los miembros de la población son estudiados, las encuestas recogen información de una porción de la población de interés dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio.

La recolección de datos se realizó en la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil durante 4 días; lunes, martes, jueves y viernes durante un período de tres horas cada día en el siguiente horario; Lunes y martes: 11:00 – 14:00 y Jueves y viernes: 16.00 – 19:00. Se consideró estos horarios debido a la gran afluencia de personas a los restaurantes del sector en el caso del día lunes y martes; y en el caso del jueves y viernes se tomó este horario debido a que es la hora usual del fin de la jornada laboral en este sector y se pudo abarcar a un grupo más extenso de gente. Durante la recopilación de datos se necesitó el apoyo de 4 personas ubicadas estratégicamente a lo largo de la calle Pedro Carbo en las intersecciones de las calles Luque, Aguirre, 9 de octubre y Victor Manuel Rendón debido a que estas son las calles más concurridas por potenciales clientes del negocio a emprender en el centro de Guayaquil.

CAPITULO III

3.1 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se realizará el previo análisis de las respuestas de los encuestados:

La primera variable en la encuesta le da la potestad al indagado que declare su género ya sea masculino o femenino y continuación tenemos los resultados:

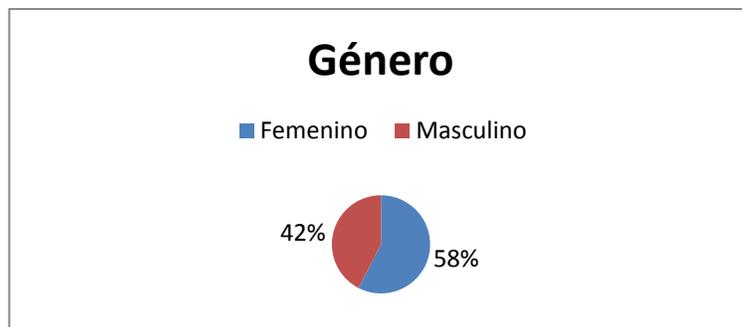


Gráfico No. 1

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

De los 384 individuos seleccionados para la encuesta en la parroquia Rocafuerte en la ciudad de Guayaquil se tuvo la colaboración de 221 personas de sexo femenino con 57.55% y 163 personas se género masculino con el 42.45 %

Tabla 1

GÉNERO		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Masculino	163	42,45%
Femenino	221	57,55
Total	384	100,00%

En la variable según la edad de los encuestados se evidencia que el rango de edades comprendidas entre 24-34 y 34-44 años son los que tienen mayoría dentro la encuesta debido a que son los que representan a la fuerza laboral en el centro de la urbe.

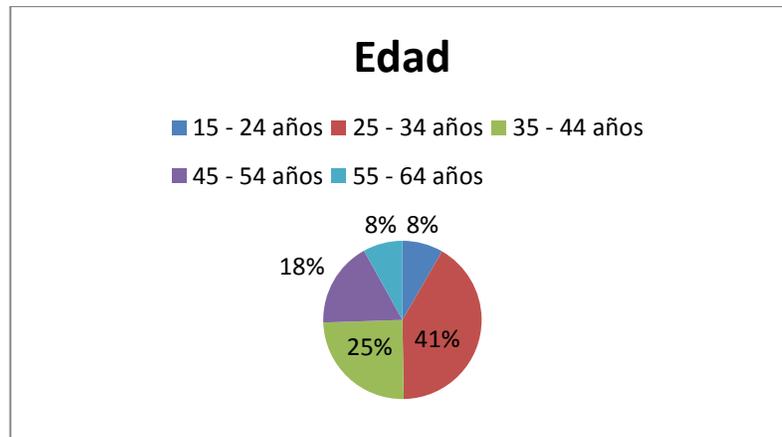


Gráfico No. 1

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 2

EDAD		
Tabulación	Personas	Porcentaje
15 - 24 años	32	8,33%
24 - 34 años	159	41,41%
35 - 44 años	95	24,74%
45 - 54 años	67	17,45%
55 - 64 años	31	8,07%
Total	384	100,00%

Análisis: Se destaca que el 57.55% de los encuestados trabaja para el sector privado. Cabe mencionar que la parroquia Rocafuerte alberga centenares de edificios empresariales. Como segundo en porcentaje se encuentran los empleados públicos; dentro del perímetro de encuesta también se evidencia algunas dependencias del estado como el Banco central del Ecuador, La corporación Financiera, el Banco de Fomento entre otras. Con un porcentaje también importante se evidenció a estudiantes con el 15.89% se presenta este número debido a que estos transitan por el sector hasta dirigirse a sus establecimientos educativos.

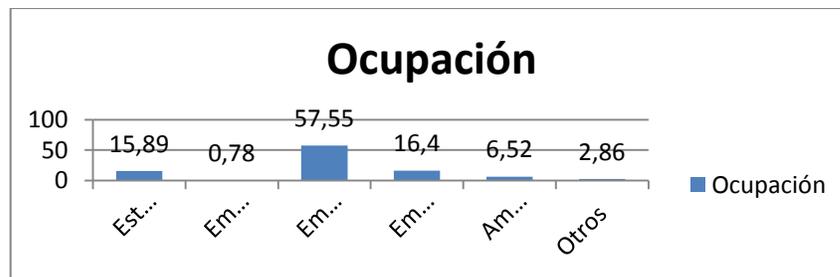


Gráfico No. 2

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 3

OCUPACIÓN		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Estudiante	61	15,89%
Empleador	3	0,78%
Empleado Privado	221	57,55%
Empleado Público	63	16,40%
Ama de casa	25	6,52%
Otros	11	2,86%
Total	384	100,00%

Análisis: Con la encuesta, en la pregunta cuatro se distingue que el 60.94% de nuestro universo percibe entre \$351 y \$500 mensuales como promedio. Denota que estas personas perciben como mínimo el sueldo básico unificado que para el 2015 se fijó en \$354. 81 de las personas encuestadas indicaron que su ingreso mensual era igual o superior a los \$500.

Dentro del 17.97% que percibe entre \$200- \$350 se encuentran personas de la tercera edad, pasantes, amas de casas y vendedores informales que transitan por el centro de la ciudad.

Tabla 4

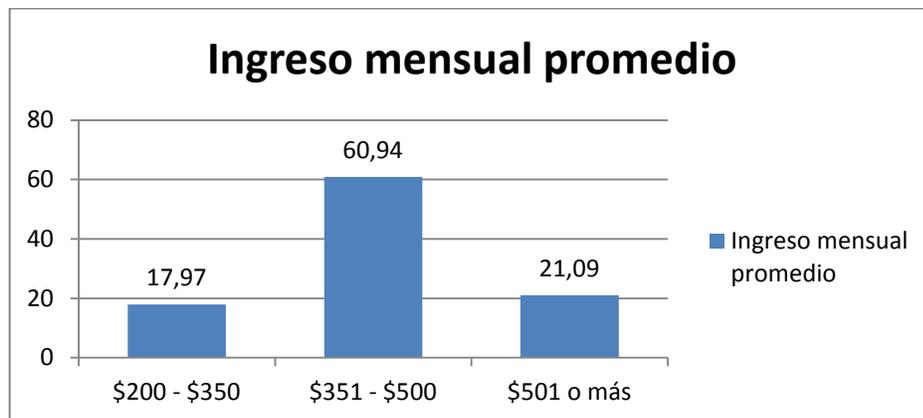


Gráfico No. 3

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

INGRESO PROMEDIO MENSUAL		
Tabulación	Personas	Porcentaje
\$200 - \$350	69	17,97%
\$351 - \$500	234	60,94%
\$500 o más	81	21.09%
Total	384	100,00%

Análisis: Dentro de las preferencias de los encuestados a la hora de tomar su almuerzo de diferencia una gran ventaja al preferir los restaurantes durante las horas laborales con el \$64.58. Otro grupo mencionó que lo hace en el trabajo, preparando sus propios alimentos en casa con el 18.75%. 46 de los encuestados mencionó que lo hace en casa, la mayoría de los que nos dieron esta respuesta fueron los estudiante con el 11.98 %. La minoría con el 4.69% respondió como otros tomar pequeños tentempiés al medio día.

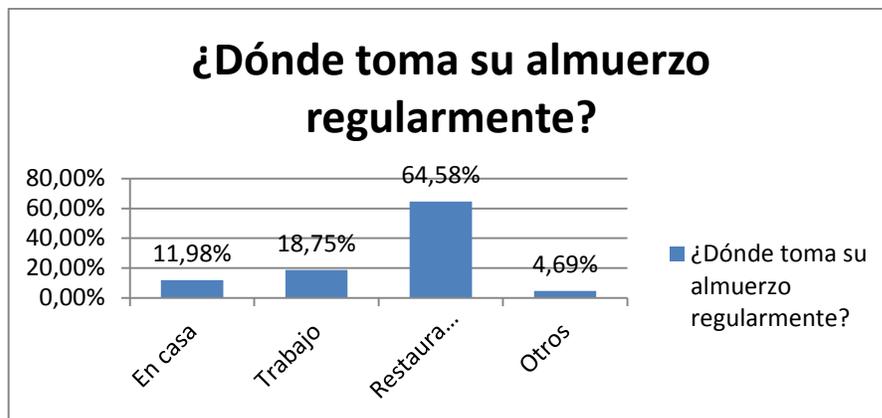


Gráfico No. 4

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 5

¿DÓNDE TOMA SU ALMUERZO REGULARMENTE?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
En casa	46	11,98%
Trabajo	72	18,75%
Restaurante	248	64,58%
Otros	18	4,69%
Total	384	100,00%

Análisis: Esta pregunta nos ayuda a definir el valor promedio que la gente invierte en su alimentación diaria. El 49.74 %, lo que corresponde a 191 personas, nos dijo que paga entre \$2.51 y \$350 diariamente por un almuerzo. Segundo en la estadística tenemos al 33.33% de los encuestados que se inclinan por un almuerzo más económico entre \$2 - \$2.50

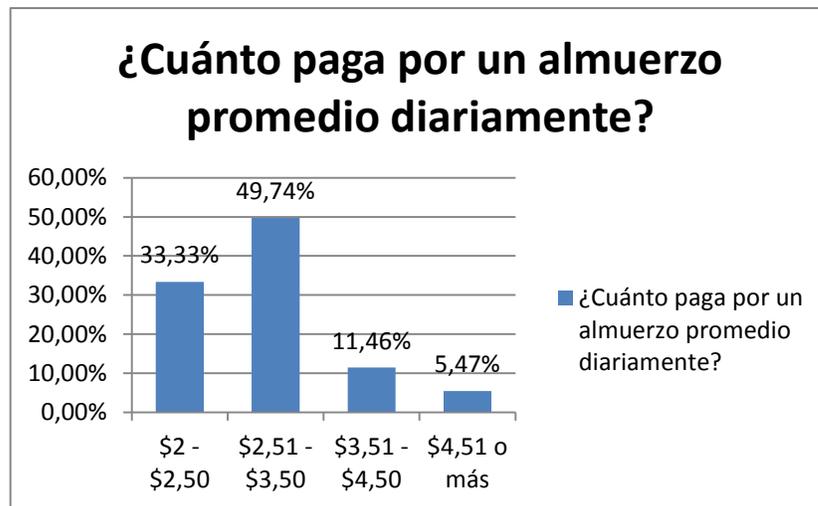


Gráfico No. 5

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 6

¿CUÁNTO PAGA POR UN ALMUERZO PROMEDIO?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
\$2 - \$2,50	128	33,33%
\$2,51 - \$3,50	191	49,74%
\$3,51 - \$4,50	44	11,46%
\$4,51 o más	21	5,47%
Total	384	100,00%

Análisis: Con esta pregunta claramente la mayoría del universo encuestado se inclina al almuerzo ejecutivo con el 60.06% debido a que es la oferta reinante en el sector. Un grupo bastante considerable se inclinó por las ensaladas en total el 20.83% dando la apertura a comer saludable. Las personas que contestaron que el bufè es su opción a la hora de almorzar fueron una minoría del 1.83% debido al alto costos de mismo.

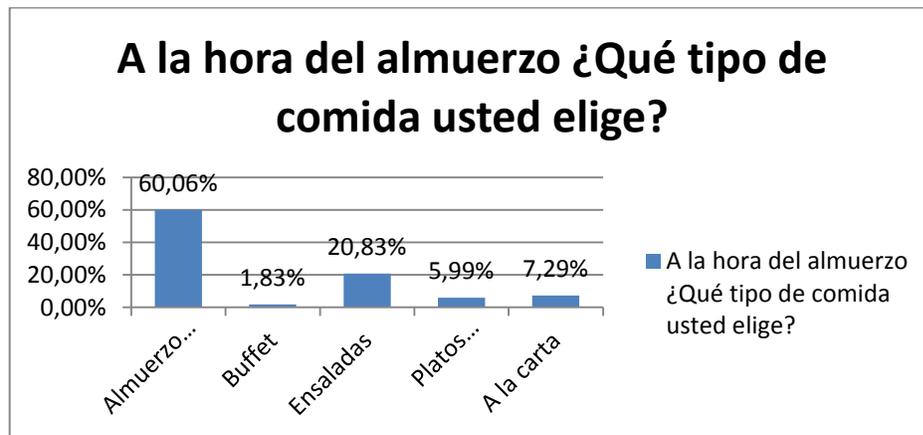


Gráfico No. 6

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 7

A LA HORA DEL ALMUERZO ¿QUÉ TIPO DE COMIDA USTED ELIGE?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Almuerzo ejecutivo	246	60,06%
Buffet	7	1,83%
Ensaladas	80	20,83%
Platos típicos	23	5,99%
A la carta	28	7,29%
Total	384	100,00%

Análisis: La mayoría, con un total del 54.95% de los encuestados respondió que el precio era la razón por su preferencia en la pregunta anterior. La rapidez es uno de los factores considerados para los encuestados donde esta alcanzó en 19.01% sobre el tiempo se servicio que solo alcanzó el 5.20%.

80 personas, con un total del 20.84% dio su elección basándose en el contenido nutricional de la oferta.

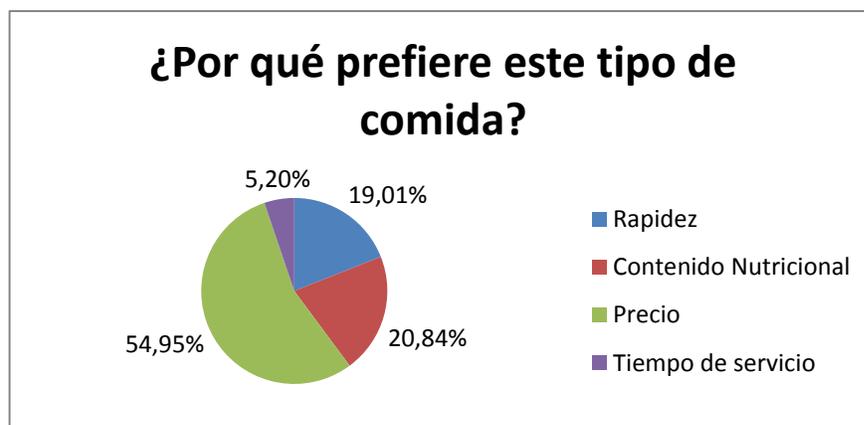


Gráfico No. 7

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 8

¿POR QUÉ PREFIERE ESTE TIPO DE COMIDA?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Rapidez	73	19,01%
Contenido nutricional	80	20,84%
Precio	211	54,95%
Tiempo de servicio	20	5,20%
Total	384	100,00%

Análisis: A nuestra pregunta nueve el 83.85% de los participantes respondieron que no mantienen una dieta especial establecida. El restante de encuestados mencionó que sí mantenía una dieta diferente correspondiente al 16.15% de los encuestados. Estos últimos dijeron que su preferencia era de índole personal como en el caso de los vegetarianos o de índole medicinal por aquellos de sufren de enfermedades establecidas y requieren un control riguroso de los alimentos que ingieren.



Gráfico No. 1 8

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 9

¿MANTIENE USTED ALGUNA DIETA ESPECIAL POR ESTÉTICA O SALUD?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Sí	62	16,15%
No	322	83,85%
Total	384	100,00%

Análisis: Con esta pregunta claramente se vislumbra la poca diversidad de establecimientos con ofertas gastronómicas saludables. EL 88.80% dijo desconocer sobre la existencia de bufé de ensaladas; más bien este grupo de nuestro universo lo relacionó con restaurantes vegetarianos.

El 11.20% restante mencionó conocer de al menos un lugar con estas características dentro de hoteles de lujo y a alto precio.

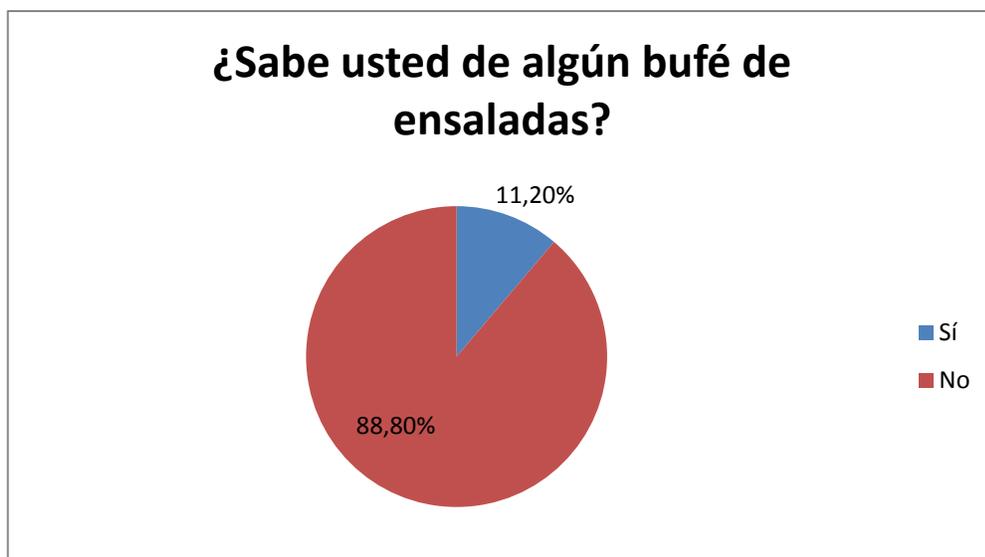


Gráfico No. 9

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 10

¿SABE USTED DE ALGÚN BUFÉ DE ENSALADAS_i		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Sí	43	11,20%
No	341	88,80%
Total	384	100,00%

Análisis: Se evidencia que el 92.97% de los encuestados tienen la apertura a modificar su alimentación agregando mas frutas y vegetales a su dieta diaria. Un total de 43 personas de nuestro universo encuestados da una respuesta negativa ante esta premisa.

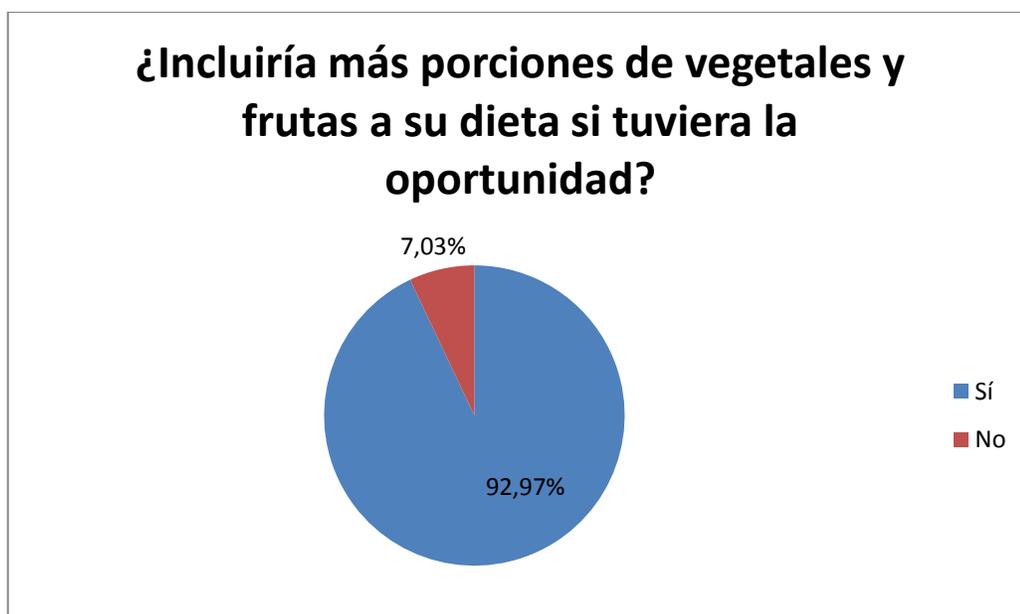


Gráfico No. 10

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 11

¿INCLUIRÍA MÁS PORCIONES DE VEGETALES Y FRUTAS A SU DIETA DIARIA SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Sí	341	92,97%
No	43	7,03%
Total	384	100,00%

Análisis: El 91.93% de nuestro universo demuestra interés por saber el contenido nutricional que ingiere al momento del almuerzo. Este resultado denota la tendencia a comer saludable versus al 8.07% de los encuestados que no están interesados en cambiar ningún hábito dentro de su alimentación diaria.

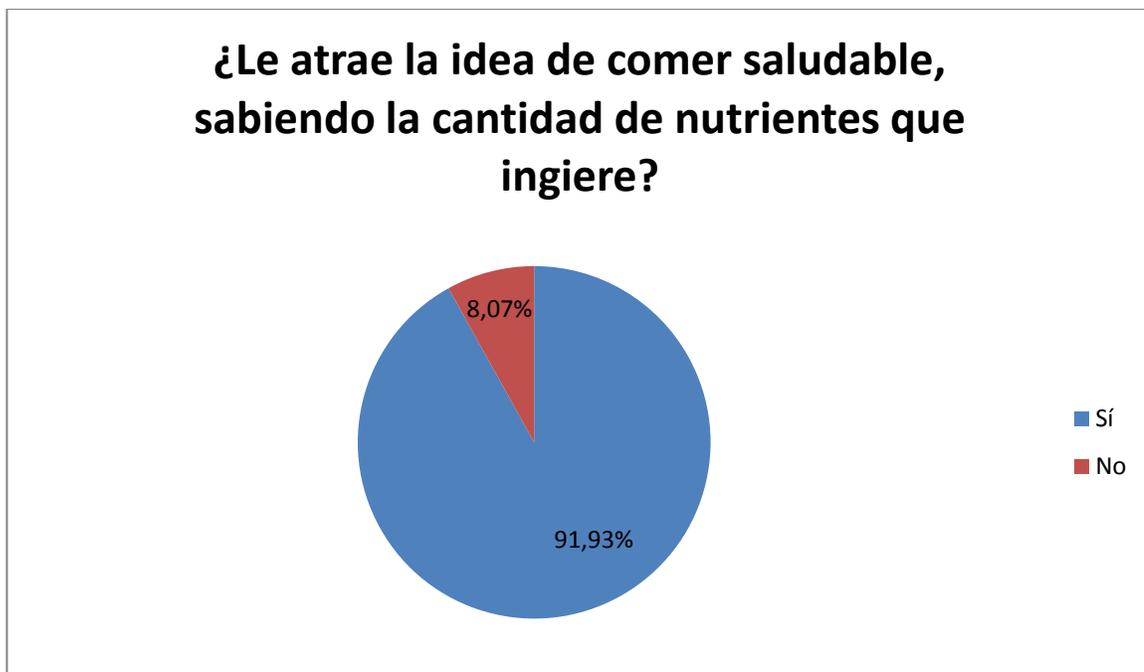


Gráfico No. 11

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 12

¿LE ATRAE LA IDEA DE COMER SALUDABLE, SABIENDO LA CANTIDAD DE NUTRIENTES QUE INGIERE?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Sí	353	91,93%
No	31	8,07%
Total	384	100,00%

Análisis: A pesar de que la tendencia a comer saludable quedo en evidencia con el porcentaje obtenido en la pregunta anterior, la mayoría de los participantes, es decir el 92.71% invertiría de \$1 a \$2 adicionales para adquirir una ración verde que se sume al almuerzo diario. Un grupo menor, el 5.21% gastaría de \$2.01 a \$3 para beneficio de su alimentación. Tan solo uno de los encuestados invertiría \$4 o más para agregar vegetales frescos a su dieta cada día.

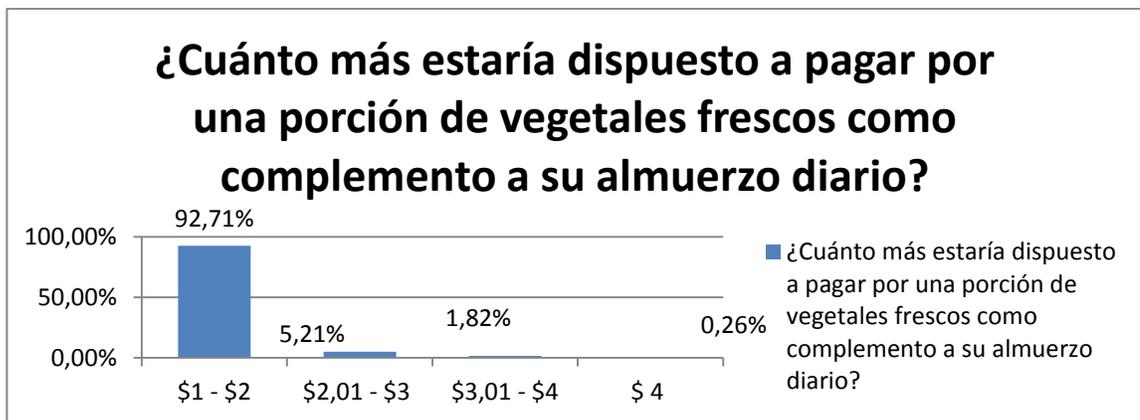


Gráfico No. 12

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 13

¿CUÁNTO MÁS ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UNA PORCIÓN DE VEGETALES FRESCOS COMO COMPLEMENTO A SU ALMUERZO DIARIO?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
\$1- \$2	356	92,71%
\$2,01 - \$3	20	5,21%
\$3,01 - \$4	7	1,82%
\$4 o más	1	0,26%
Total	384	100,00%

Análisis: El 97.14% de la población participante coincidió en mejorar los hábitos alimenticios si surgiera una propuesta con la que puedan desarrollar una nueva costumbre a la hora de comer diariamente y que no afecte el presupuesto estimado para su alimentación. El 2.86% no tuvo interés en cambiar su rutina.

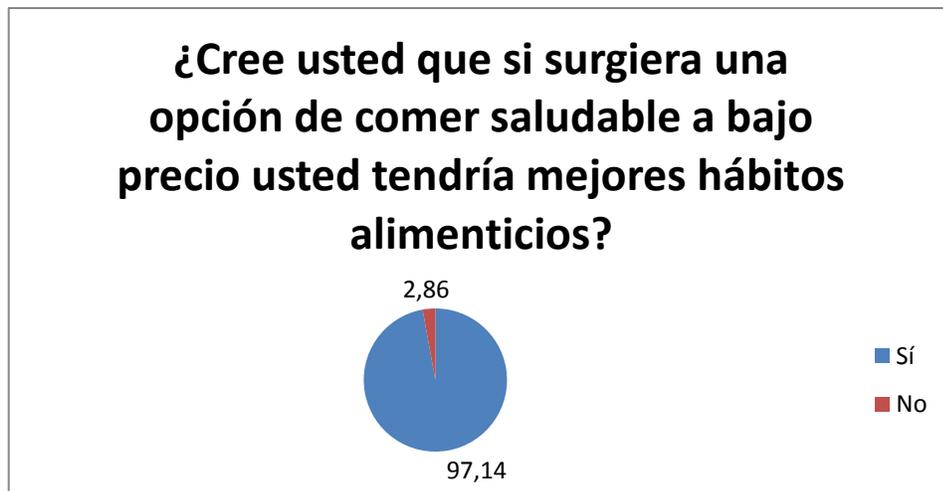


Gráfico No. 13

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 14

¿CREE USTED QUE SI SURGIERA UNA OPCIÓN DE COMER SALUDABLE A BAJO PRECIO, USTED TENDRÍA MEJORES HÁBITOS ALIMENTICIOS?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Sí	373	97,14%
No	11	2,86%
Total	384	100,00%

**¿Piensa que mejorando su alimentación
cambiará en algo su ritmo de vida?**

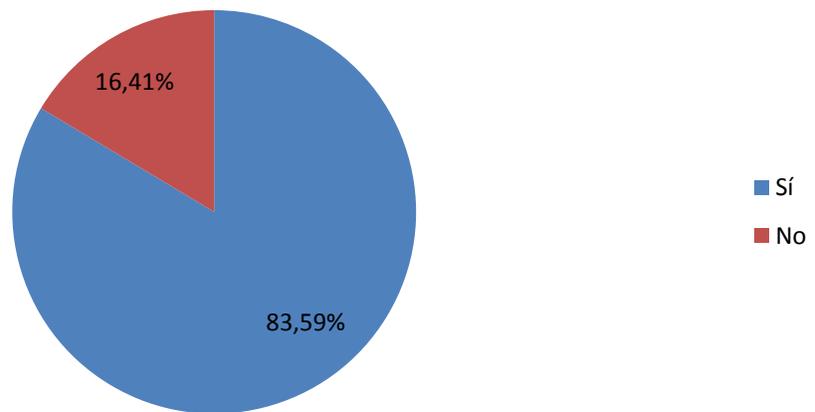


Gráfico No. 14

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Tabla 15

¿PIENSA USTED QUE MEJORANDO SU ALIMENTACIÓN CAMBIARÍA EN ALGO SU RITMO DE VIDA?		
Tabulación	Personas	Porcentaje
Sí	321	83,59%
No	63	16,41%
Total	384	100,00%

3.2 Análisis Situacional

Actualmente la ciudad de Guayaquil cuenta con restaurantes donde solo se oferta platos a la carta, o almuerzos ejecutivos a la hora de la segunda comida del día o almuerzo. En su mayoría es una oferta limitada con pocas opciones verdes en el menú.

3.3 Análisis de Mercado

Después de obtener los resultados de la encuesta se deduce que la población del sector bancario y comercial de la parroquia Rocafuerte está dispuesta a probar otras alternativas al momento del almuerzo. Estas alternativas de incluir un menú un poco más variado en cuanto a vegetales, verdura y frutas es llamativa ante los participantes, aun más cuando la propuesta no incrementa en gran proporción el precio por almuerzo diario y tendrán la oportunidad de equilibrar su dieta sabiendo el contenido nutricional de cada porción.

3.4 ANALISIS FINAL DE DATOS

3.4.1 DEMOGRÁFICOS

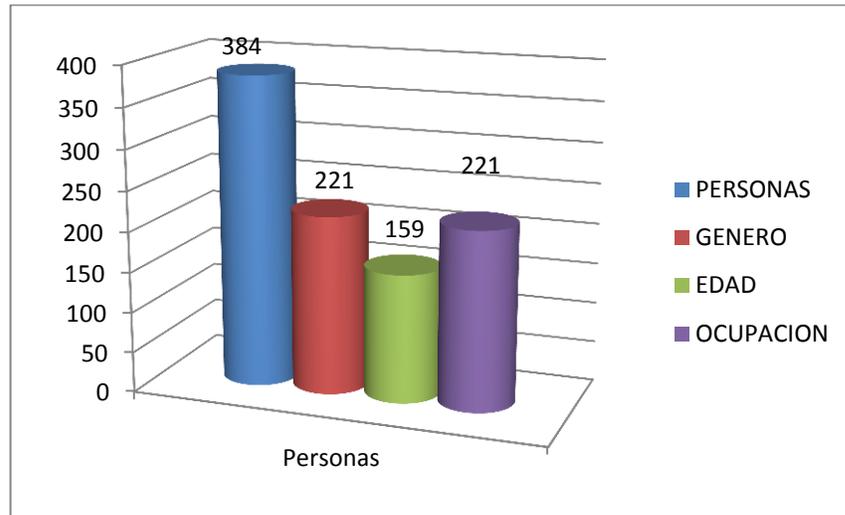


Gráfico No. 15

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Pregunta 1, Género

Pregunta 2, Edad

Pregunta 3, Ocupación

Se determina que de los 384 participantes de la encuesta 221 pertenecen al género femenino. Del total de encuestados 159 se encuentran entre 24 – 34 años de edad, es decir la fuerza laboral de la segunda edad es la que en su mayoría se desempeña profesionalmente dentro del sector privado lo que corresponde a 221 personas del universo de la muestra.

3.4.1 PREFERENCIAS

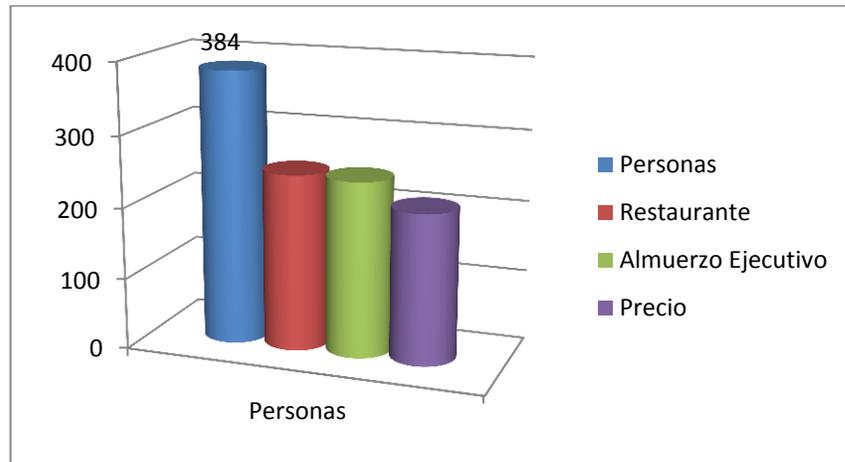


Gráfico No. 16

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Pregunta 5, ¿Dónde toma su almuerzo regularmente?

Pregunta 7, A la hora del almuerzo ¿Qué tipo de comida usted elige?

Pregunta 8, ¿Por qué prefiere este tipo de comida?

En el análisis en cuanto a las preferencias de los encuestados los resultados reflejan que la mayoría de nuestro universo prefiere tomar su segunda comida del día en un restaurante, elige un almuerzo ejecutivo por el precio con el que se ofertan. Cabe indicar que los resultados de esta conjetura van en porcentajes muy similares en cuanto a número de encuestados.

3.4.2 ECONÓMICO

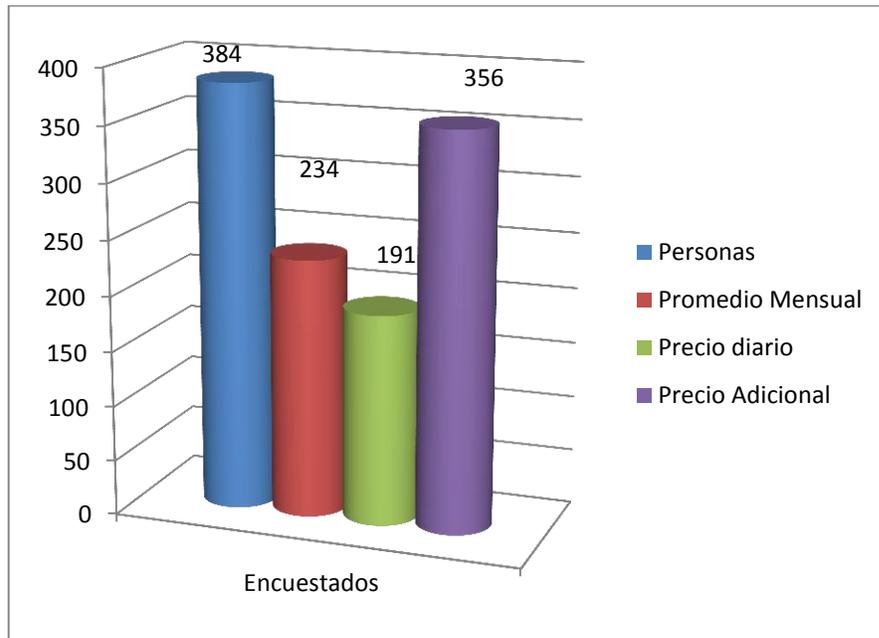


Gráfico No. 17

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte

Elaboración: El autor. Año 2014

Pregunta 4, Ingreso mensual promedio.

Pregunta 6, ¿Cuánto paga por un almuerzo promedio?

Pregunta 13, ¿Cuánto más estaría dispuesto a pagar por una porción de vegetales frescos como complemento a su almuerzo diario?

En cuanto a promedio mensual de ingresos, 234 personas respondieron tener ingresos promedio entre \$351 y \$500 mensuales. 191 de los encuestados indicaron que cotidianamente pagan entre \$2.51 y \$3.50 por su almuerzo. 356 participantes de indicó que estaría a pagar entre \$1 y \$2 adicionales para alimentarse de una manera más nutritiva diariamente.

3.4.3 OPORTUNIDAD

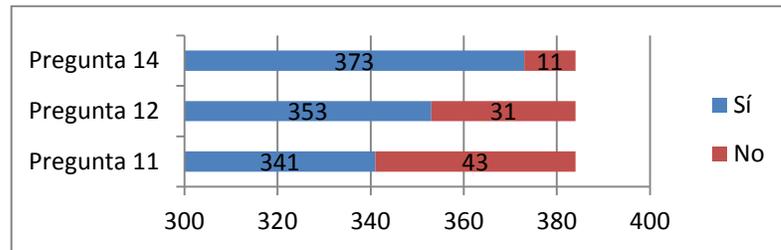


Gráfico No. 18

Fuente: Encuesta realizada en la parroquia Rocafuerte. **Elaboración:** El autor. Año 2014

Pregunta 11, ¿Incluiría más porciones de vegetales y frutas a su dieta si tuviera la oportunidad?; Pregunta 12. ¿Le atrae la idea de comer saludable sabiendo la cantidad de nutrientes que ingiere?; Pregunta 14. ¿Cree usted que si surgiera una opción de comer saludable a bajo precio usted tendría mejores hábitos alimenticios?

Se evidencia, que en la conjetura en cuanto a oportunidad del proyecto, hay una notoria aceptación a la propuesta gastronómica que se una a los tradicionales almuerzos ejecutivos. Con los resultados obtenidos mediante las observaciones y con los resultados de las encuestas, se concluye que el proyecto es viable y que tiene la aceptación de la demanda potencial. Un indicador que llama la atención en esta investigación, es la forma de introducción de la comida saludable mediante un bufé de ensaladas donde cada comensal tiene la potestad de servirse a su gusto y cada porción tiene la información nutricional necesaria para mantener el balance alimenticio sin que esta propuesta salga del presupuesto que cada participante asigna diariamente para su almuerzo.

CAPÍTULO IV

4.1 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Un bufé de ensaladas en la parroquia Rocafuerte proporcionaría una opción diferente a la hora del almuerzo. Esta barra de ensaladas se unirá a la oferta reinante de almuerzos ejecutivos ampliando las alternativas de consumo. El cliente podrá elegir entre un almuerzo ejecutivo y la barra de ensaladas, o a su vez combinarlo sin que este signifique elevar el costo del mismo. Como una ventaja adicional, cada porción de vegetales o frutas servidos tendrá expuesto su contenido nutricional por porción para que los comensales sepan con exactitud cuánto ingieren y puedan mantener el equilibrio en su dieta cada día.

4.2 ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Actualmente es casi inexistente los bufés de ensaladas, los pocos que existen están dentro de hoteles cinco estrellas.
- Existe la tendencia a comer saludable entre la población.
- La propuesta anexaría más contenido al almuerzo diario sin elevar los precios.
- El cliente elabora su propio menú por lo que tendríamos más rapidez en otros servicios.
- Precio de comercialización atractivo.

- Servicio al cliente con altos estándares de calidad.

OPORTUNIDADES

- Captura el mercado no explotado de restaurantes temáticos orientados a mantener la buena salud
- La ubicación contribuye a una mejor promoción y aceptación del producto
- Tendencia de los consumidores a alimentarse mejor día a día
- El Ecuador tiene gran variedad de vegetales y frutas frescas todo el año por lo que el costo de los mismos no es tan alto.

DEBILIDADES

- Reposición de bufé de ensaladas. Los vegetales al ser perecederos no pueden estar tanto tiempo expuestos al ambiente.
- El precio no logre ser muy competitivo al inicio.
- El consumismo hacia las comidas rápidas tradicionales por parte de los clientes

AMENAZAS

- La competencia copie la propuesta y baje los precios
- Aranceles altos para la importación de ciertos productos
- El desabastecimiento de productos en temporales invernales, desabastecimiento nacional o por importaciones.

CAPÍTULO V

5.1 DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO

5.1.2 MISIÓN

Brindar servicios de alimentación nutritiva y de calidad, donde cada uno de nuestros clientes sepa lo que ingiere haciendo de la buena alimentación un hábito diario en pro de mantener la buena salud mediante el consumo de vegetales y frutos frescos con ingredientes que sobrepasen las expectativas del consumidor afianzando la opción de comer saludable y a bajo precio como la primera opción del mercado.

5.1.3 VISIÓN

Establecerse en el mercado como la mejor opción de alimentación a la hora del almuerzo, basados en la excelencia en servicio, calidad, y eficiencia con nuestros clientes internos y externos que logren su preferencia y fidelidad.

5.2 VALORES CORPORATIVOS

- **Trabajo en equipo.-** Desarrollar nuestra capacidad de interacción e integración en el plano laboral que permita y viabilice alcanzar los objetivos corporativos.

- **Reconocimiento a las personas:** Valorar con objetividad las capacidades propias y las de los demás para la realización de la tarea colectiva del negocio.
- **La excelencia y vocación en el servicio:** Ofrecer una óptima calidad de servicio a los clientes y usuarios mediante el desarrollo de productos y servicios que respondan a sus necesidades y que promueva la buena salud mediante nuestros productos.
- **Compromiso.-** Cumplir con perseverancia, profesionalismo, lealtad y sentido de pertenencia los deberes y obligaciones con apego a los objetivos estratégicos.

5.3 CULTURA CORPORATIVA

- Excelencia en servicio personalizado.
- Profesionalismo – trabajo en equipo
- Búsqueda de mejoramiento continuo
- Sentido de negocio – sentido de urgencia
- Actitud positiva y anticipatoria a las necesidades del cliente
- Prosperidad para todos
- Actitud de servicio
- Pasión por la excelencia y la calidad

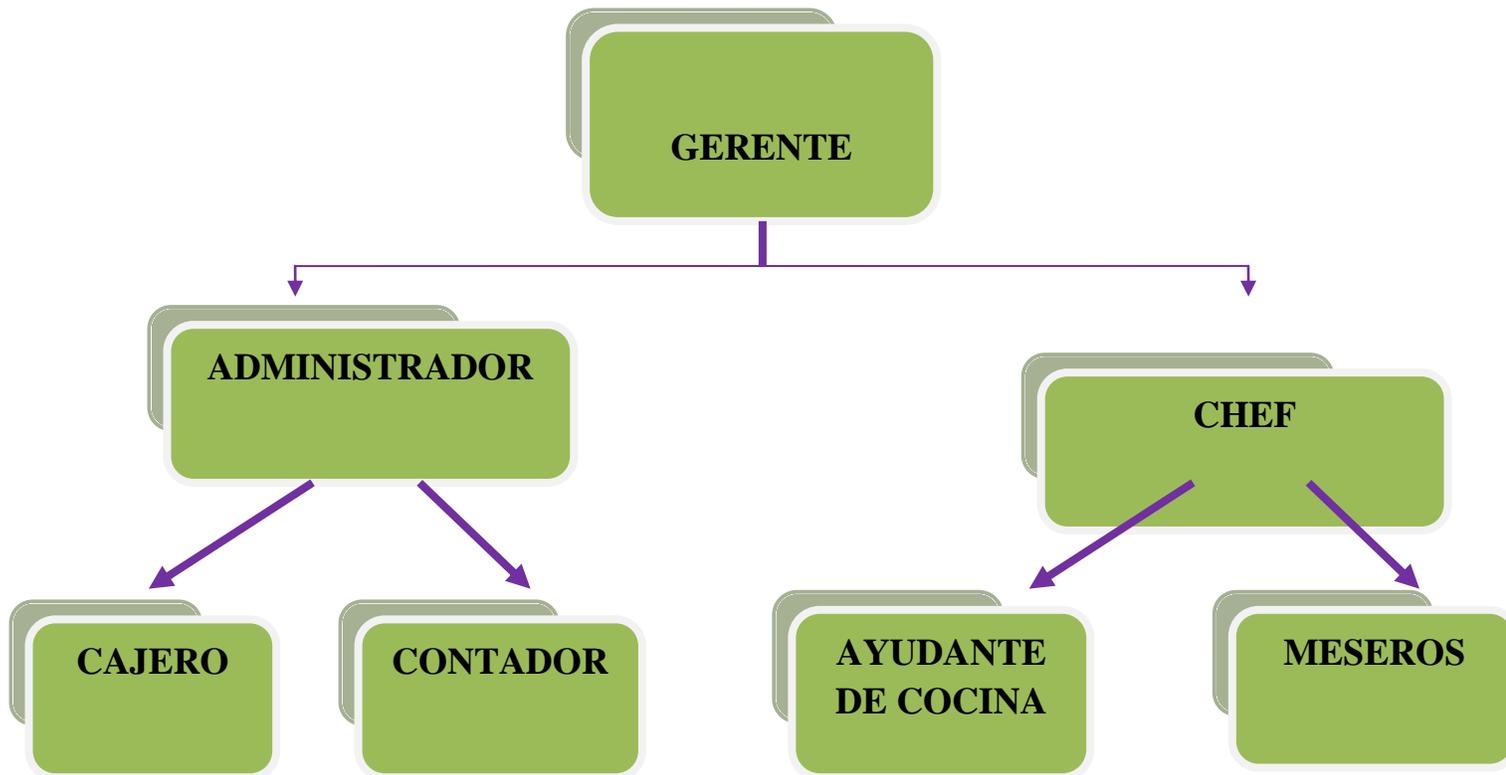
5.4 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de nuestro emprendimiento es lograr una rápida inserción en el mercado gastronómico para ejecutivos del sector centro, teniendo un crecimiento amplio, reconocido por su excelencia y calidad, y una rentabilidad adecuada en corto plazo.

5.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Satisfacer la necesidad de ingerir un menú almuerzo de bajas calorías y alto nivel nutricional con la opción de consumir vegetales mediante un bufé de ensaladas
- Brindar un ambiente agradable y de excelente servicio a la hora de almorzar
- Hacer del almuerzo diario la oportunidad para adquirir nuevos hábitos alimenticios que contribuyan a mantener el equilibrio en la buena salud

5.6 ORGANIGRAMA



Se requerirá de dos departamentos esenciales; en la parte administrativa y operativa. El gerente será el encargado de liderar el control de todo el restaurante y es responsable de administrar el buen funcionamiento del negocio y del talento humano. El administrador será quien sea responsable de toda la operación administrativa y está al mando de la parte financiera del establecimiento.

En cuanto a la parte operativa el Chef es quien está a cargo de la operación del restaurante y controla la gestión de los ayudantes de cocina y meseros. Además, es el encargado de abastecer de productos y generar productos nuevos eventualmente.

ADMINISTRADOR

Responsabilidades

- Financiero.-Asignación y control del presupuesto, así como control sobre la parte contable y tributaria: pago de impuestos, balances, etc.
- Marketing.- desarrollo de productos, promociones, plan de fidelización y expansión, elaboración periódica de estudios de satisfacción a clientes. Los estudios se realizarán de forma periódica para mantener una visión actualizada del mercado
- Recursos Humanos - Concientizar a los empleados sobre la optimización de los recursos de la compañía y el valor del servicio, crear programas para los empleados que creen pertenencia a la compañía.
- Compras:- Obtener precios preferenciales en los productos e insumos necesarios para llegar a nuestros clientes. Deberán buscar constantemente mejores alternativas de productos para ofrecer calidad con buenos precios.

Chef (Cocinero)

Detalle de Tareas:

- Control de mercaderías y faltantes
- Realización de los distintos menús

- Control de higiene de la cocina y empleados Criterios a Desempeñar
- Respetar los horarios de trabajo
- Cuidado de los bienes de uso
- Uso adecuado de las mercaderías
- Encargarse del cuidado de los bienes de uso para realizar los menús
- Hacer uso adecuado de los materiales necesarios para los menús

Ayudantes de Cocina

- Detalle de Tareas:
- Colaborar en la realización de los menús
- Higiene de la cocina
- Limpieza de elementos de cocina
- Cuidado de los bienes de uso de la cocina
- Cuidado de los bienes de uso para realizar los menús
- Realizar tareas de agilidad para el trabajo del chef

5.7 PLAN DE MARKETING

5.7.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

A pesar de la existencia de restaurantes donde se expende almuerzos ejecutivos a bajo costo, en el mercado no la opción de un bufé de ensaladas a bajo costo que se una a la actual oferta de los almuerzos.

Ensaladas & Co. brindará un excelente servicio de restaurante a sus clientes, poniendo a disposición de ellos alimentos de excelente calidad, bajos en calorías y alto valor nutricional, lo que contribuirá a mejorar o conservar la buena salud y figura. Frecuentes variaciones en el menú almuerzo para las personas que deseen ingerir alimentos además de la barra de ensaladas con vegetales y frutos frescos de temporada con sus respectivos aderezos.

Un menú de almuerzo consistirá en:

- 2 opciones de sopa del día
- 2 opciones de plato fuerte
- 2 opciones de ensaladas de la casa
- Bufé de vegetales y frutos frescos de temporada
- 4 opciones de cárnicos o mariscos en el bufé de ensaladas
- Bebidas a elegir (Té frío o caliente, café, 2 opciones de jugo natural de fruta de temporada)
- Postre o fruta

5.7.2 MENÚ SEMANAL DE REFERENCIA

Tabla 16

	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes
ENTRADAS	Caldo de gallina	Sopa de Cabellos de ángel	Locro de Papas	Caldo de pata	Sopa de mariscos
	Caldo de verduras	Menestrón de cerdo	Sopa de pollo	Crema de zapallo	Crema de legumbres y queso
PLATO FUERTE	Lomo de Res en salsa de maní	Muslitos en salsa de champiñones	Milanesa de berenjenas	Res en salsa de ostión	Seco de gallina
	Pescado a la Plancha y ensalada fría	Lasagna de vegetales	Pollo a la naranja y papas al horno	Camarones salteados con vegetales	Ceviche de pescado
SALAD BAR	SALAD BAR				
BEBIDAS	Té frío o caliente, café, jugo de fruta de temporada	Té frío o caliente, café, jugo de fruta de temporada	Té frío o caliente, café, jugo de fruta de temporada	Té frío o caliente, café, jugo de fruta de temporada	Té frío o caliente, café, jugo de fruta de temporada
Postre	Ensalada de frutas	Tiramisú	Cake de banano	Flan de frutas	Frutillas con helado de vainilla

Se fija como precio para el almuerzo ejecutivo más la opción del bufé de ensaladas de hasta 150 gr. de vegetales y 2 opciones de cárnicos en \$3.50 por persona.

5.7.3 PLAZA

La ubicación el establecimiento será en la parroquia Rocafuerte en la zona bancaria y comercial dirigida a las personas que diariamente se alimentan en el sector durante la segunda comida del día o almuerzo.

5.7.4 PROMOCIÓN

Se propone hacer promoción a través de las redes sociales mediante herramientas visuales e informativas como volantes y mediante diarios o revistas de mayor circulación haciendo intercambios o canjes con las empresas vinculadas y obtener descuentos para la promoción de nuestros productos. Para fidelizar a los clientes habrán descuentos especiales en cumpleaños o por ser clientes frecuentes del establecimiento.

5.8 PASOS PARA LA APERTURA DE UN BUFÉ DE ENSALADAS EN EL CENTRO DE GUAYAQUIL

5.8.1 PROPUESTA DE IMAGEN: NOMBRE, LOGO, SLOGAN



Gráfico No. 20

El nombre del establecimiento será Ensaladas & Co., debido a la oferta del establecimiento, se oferta un bufé de ensaladas y se suma a los almuerzos ejecutivos de la ciudad. Eventualmente, a medida que el negocio crezca se irán añadiendo nuevos productos, como bufé de sánduches y wraps. El slogan

sabor, ahorro y salud hace referencia a las delicias a venderse diariamente y a lo económico que puede ser alimentarse con vegetales y su aporte al equilibrio de la buena salud. Los colores son los que más representan a los vegetales, cálidos y frescos que llamen la atención de clientes potenciales.

5.8.1 LOCALIZACIÓN

Ensaladas & Co. pretende estar ubicado en el centro de la ciudad de Guayaquil, específicamente en la parroquia Rocafuerte que es por dimensión, la que abarca más gente en el sector bancario y comercial más importante de la urbe.

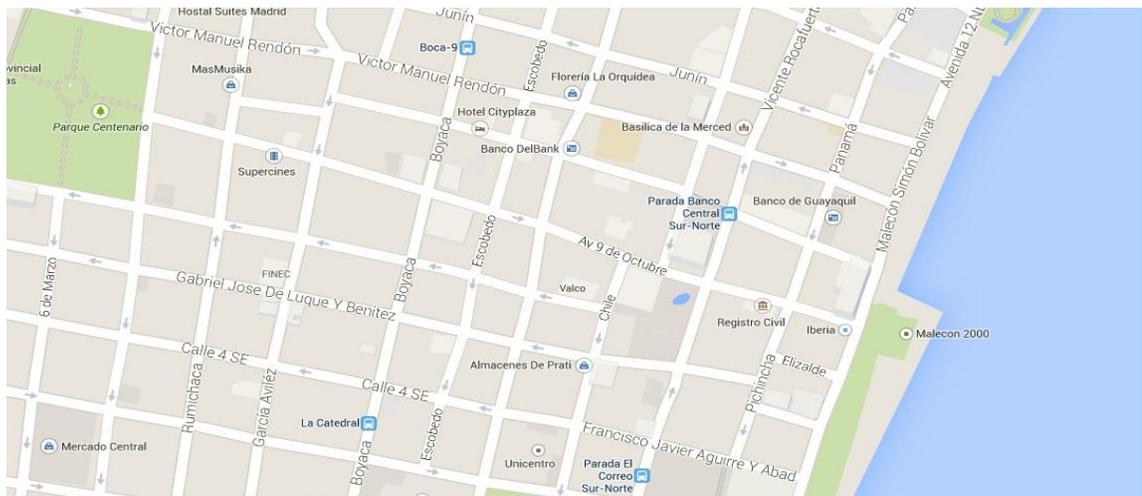


Gráfico No. 21

Fuente Google maps (web)

5.8.2 INSTALACIONES

Se rentará 1 local de un área de 140 m2 aproximadamente, que cuenta con agua ininterrumpidamente, electricidad de 110v y de 220v, tiene 2 baños,

lavaderos, mesones, sistema de gas, sistema de evacuación de olores, armarios, bodega, entrada de servicio y buena iluminación. 33 En la actualidad se conoce que el valor por alquiler de un local con las características adecuadas se encuentra por USD\$ 12 a 13 el alquiler del metro cuadrado de un local de estas características, por lo cual se estima USD\$ 1800 en promedio el valor de alquiler, se requiere pagar dos meses por adelantado y uno de garantía.

5.8.3 INVERSIÓN

Tabla 17

INVERSIÓN INICIAL	MONTO
Arriendo inicial y dos meses de depósito	\$ 5.400
Servicios Básicos	\$ 500
Total	\$ 5.900
MUEBLES, EQUIPOS Y UTENSILIOS	
Cocina, plancha, campana, lavadero, freidora	\$ 3.100
Trampa de Grasa	\$ 350
Ducto galvanizado, instalación de ducto y extractor de humo	\$ 2.200
2 Mesas de trabajo de acero inoxidable	\$ 2.000
Central de CO2	\$ 350
Central de Gas y válvula reguladora	\$ 1.000
Cilindro de CO2 y extintores con sus respectivas mangueras	\$ 450
Central de A/C y ductos	\$ 3.100
Materiales para Instalación de A/C, cintas, tuberías, cobre, madera	\$ 600
Mini componente, parlantes, cables	\$ 630
Iluminación: Lámparas, farol, focos internos y externos.	\$ 220
Mampara, candados, manija	\$ 800
Mesas, sillas de madera	\$ 1.200
Mueble aparador	\$ 800
Piso flotante, rastrates, cierre protector de uniones	\$ 520

Productos para Baño: sanitarios, puertas, tachos	\$ 700
Refrigeradora y congelador	\$ 2.190
Tanques de Gas	\$ 80
Cocina Industrial	\$ 2.000
2 Soperas	\$ 380
Iluminación: Lámparas, farol, focos internos y externos.	\$ 85
Barra self service para vegetales	\$ 1.650
Dispensador de jugos	\$ 160
Olla arrocera	\$ 375
Licuadaora	\$ 120
Cafetera y estación de café y té	\$ 145
Vajilla y cubiertos 50 U	\$ 360
Televisor LED 40' y DVD	\$ 1.100
Suministros de oficina	\$ 120
Total	\$ 26.785
OTROS GASTOS	
Publicidad	\$ 1.000
Uniformes (Gorros, delantales, guantes, camisetas polo con bordado)	\$ 180
TOTAL	\$ 1.180
PRESUPUESTO PARA GASTOS VARIOS	
Mano de obra para adecuaciones	\$ 2.500
Gastos Legales	\$ 800
Movilización y comunicación	\$ 500
Total	\$ 3.800
TOTAL	\$ 37.665

Para la apertura de un restaurante con capacidad máxima de 50 personas se requiere un capital mínimo de \$40000 para comenzar con las operaciones en el centro de Guayaquil.

CAPÍTULO VI

6.1 CONCLUSIONES

El objetivo de promover nuevos hábitos alimenticios a través del consumo de vegetales y frutas del país para mantener el equilibrio en la salud se mostró bastante aceptación y despertó el interés de los encuestados por lo que resulta viable la operación del mismo.

Se pretende llegar al público mediante coloridos y equilibrados menús destacando la importancia de la alimentación saludable ofreciendo la posibilidad contribuir a lucir y estar bien con los diversos vegetales expuestos en el bufé. Siendo Guayaquil una de las ciudades más grandes del Ecuador, es necesario que cuente con establecimientos de este tipo que marquen una tendencia en el consumo de alimentos saludables y al mismo tiempo sean inclusivos con aquellos que por estética o salud se ven obligados a mantener una dieta estricta día a día.

En la actualidad, con el auge de la tendencia de mantenerse y verse bien, la implementación de este tipo de negocio de restauración sería conveniente para aquellos que buscan alimentarse de una forma balanceada adoptando hábitos que contribuyan a promover la buena salud consumiendo la gran variedad de productos que a diario se cosechan en el país.

RECOMENDACIONES

- Para la realización de este proyecto es necesario ahondar en un análisis financiero a mediano plazo para lograr conseguir el capital inicial y establecer una forma de financiamiento ya sea por inversionistas o por medio de algún tipo de crédito con entidades financieras del sector público o privado.
- Con tanta competencia en el negocio de comidas, es importante que el Restaurante busque la diferenciación en el menú a ofrecer, los productos, la infraestructura del local y su publicidad en el mercado. Dado lo anterior, se recomienda registrar la marca para garantizar la utilización exclusiva del nombre del negocio. Incluso se podría evaluar ofrecer una franquicia del Restaurante luego de haber experimentado el éxito en el funcionamiento del mismo.
- Revisar periódicamente los índices de precios de la canasta básica ecuatoriana y hacer una comparación de precios al por mayor y al detalle para asegurarse de que se está trabajando con los mejores precios del mercado.
- En el tema publicitario, además de considerar el repartir volantes con publicidad alusiva al restaurante, en las afueras de los centros comerciales y sitios concurridos e incluir los datos del local en el Directorio comercial de la zona, se sugiere crear una página Web y colocar el catálogo de productos y del menú del restaurante y promociones para fidelizar a los clientes adquiridos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Criado, 2008. *Conflictos sobre lo sano: Un estudio sociológico de la alimentación en las clases populares en Andalucía*. Andalucía-España
- E. Martín Criado, 2007. *Trastornos de la Conducta Alimentaria 6*. Valencia-España
- Willet WC, 2002. *Dietas óptimas para la prevención de la enfermedad cardíaca coronaria*. Boston-Estados Unidos
- Martínez, 2011. *Hábitos y Trastornos Alimenticios asociados a factores socio-demográficos, físicos y conductuales en Universitarios de Cartagena, Colombia*
- Ansón, R. (2006). Cultura y gastronomía. *Cuenta y razón*, (143), 17-24.
- Adriana Avilés, 2014. *Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*
- Alvarado, Fernández, Sánchez, 2007. *Implementación de un restaurante temático con orientación familiar en la ciudad de Guayaquil*
- Salazar, 2012. *Estudio de factibilidad para implementar un restaurante vegetariano gourmet en la ciudad de Guayaquil*
- Adlercreutz, 2009, *Western diet and Western diseases: some hormonal and biochemical mechanism and associations*.

FUENTES DE INTERNET CONSULTADAS ENTRE OCTUBRE 2014 Y FEBRERO 2015

<http://www.rae.es/>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Comida>

<http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2003/pr20/es/>

<http://es.slideshare.net/anthonymaule/muestreo-probabilistico>

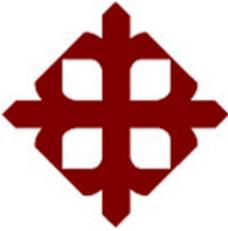
<http://www.monografias.com/trabajos12/recoldat/recoldat.shtml>

<http://www.who.int/countries/ecu/es/>

<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

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

ANEXOS



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

ENCUESTA

1. **GENERO** : M F

2. **EDAD** : 15-24 / 25-34 / 35-44 / 45-54 / 55-64

3. **OCUPACION** : ESTUDIANTE / EMPLEADOR/ EMPLEADO
PRIVADO/ EMPLEADO PUBLICO / AMA DE CASA/ OTROS

4. **INDIQUE SU INGRESO MENSUAL:** \$200-\$350 // \$351 - \$500 // \$501
++

5. **¿DONDE TOMA SU ALMUERZO REGULARMENTE?**

EN CASA / TRABAJO / RESTAURANTE / OTROS

6. **¿CUÁNTO PAGA USTED POR UN ALMUERZO PROMEDIO?**

\$2 - \$2.50 / \$2.50 - \$3.50 / \$3.50 - \$4.50 / \$4.50 ++

7. A LA HORA DEL ALMUERZO, ¿QUÉ TIPO DE COMIDA USTED ELIGE?

ALMUERZO EJECUTIVO// BUFFET // ENSALADAS //PLATOS TIPICOS //A LA CARTA//

8. ¿POR QUÉ PREFIERE ESTE TIPO DE COMIDA?

RAPIDEZ // CONTENIDO NUTRICIONAL // PRECIO // TIEMPO DE SERVICIO // OTROS

9. ¿MANTIENE USTED ALGUNA DIETA ESPECIAL SEA POR ESTETICA O SALUD? SI NO

10.¿SABE USTED DE ALGUN BUFFET DE ENSALADAS?

SI NO

11.¿INCLUIRIA MÁS PORCIONES DE VEGETALES Y FRUTAS A SU DIETA DIARIA SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD?

SI NO

12.¿LE ATRAE LA IDEA DE COMER SALUDABLE, SABIENDO LA CANTIDAD DE NUTRIENTES QUE INGIERE?

SI NO

13.¿CUÁNTO MÁS ESTARIAA DISPUESTO A PAGAR POR UNA PORCIÓN DE VEGETALES Y FRUTOS FRESCOS ADICIONAL A SU ALMUERZO EJECUTIVO DIARIO?

\$1 – 2 // \$2 – 3 // \$3 - \$4 // \$4 ++

14.¿CREEE USTED QUE SI SURGIERA UNA OPCION DE COMER SALUDABLE A BAJO PRECIO USTED TENDRÍA MEJORES HÁBITOS ALIMENTICIOS?

SI NO

15.¿PIENSA QUE MEJORANDO SU ALIMENTACIÓN CAMBIARÍA EN ALGO SU RITMO DE VIDA?

SI NO