



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TÍTULO:

**PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE
GASTRONOMÍA TÍPICA AMAZÓNICA EN LA CIUDAD DE NUEVA
LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS.**

AUTORA:

Rosa Azucena Pérez Sacapi

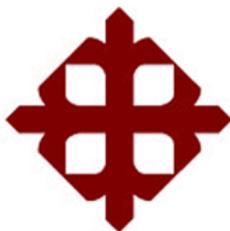
**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

TUTORA:

Lic. Mariela Pinos Guerra. Msc.

Guayaquil, Ecuador

2015



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

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Rosa Azucena Pérez Sacapi**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

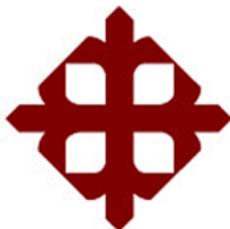
TUTOR (A)

Lic. Mariela Pinos

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar R.

Guayaquil, a los 26 días del mes de marzo del año 2015



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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Rosa Azucena Pérez Sacapi

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE GASTRONOMÍA TÍPICA AMAZÓNICA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**, previa a la obtención del Título de Ingeniera 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 26 del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA

(Firma)

Rosa Azucena Pérez Sacapi



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

AUTORIZACIÓN

Yo, Rosa Azucena Pérez Sacapi

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 del mes de marzo del año 2015

LA AUTORA:

(Firma)

Rosa Azucena Pérez Sacapi

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo agradezco a “Dios” por facilitarme sabiduría y poder de decisión para concluir este propósito con éxito.

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

A la UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL”, de manera especial a LA FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A mis docentes tutores de mi carrera que impartieron y compartieron conocimientos, experiencias, motivación y formando profesionales.

A mi tutora de tesis Lic. Mariela Pinos expreso mi agradecimiento personal por sus sabias orientaciones, sugerencias y por la confianza que me ha permitido cristalizar este trabajo investigativo.

Mil gracias a todos, todas y que Dios los bendiga.

Rosa Azucena Pérez Sacapi

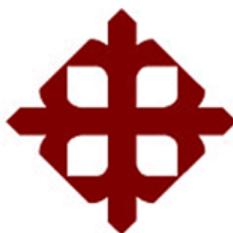
DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía, protector y por darme la oportunidad de seguir viviendo. y dado la fortaleza por culminar mis estudios.

A mis padres y hermanos quienes han confiado incondicionalmente en mí y por ser ellos el pilar fundamental de mi vida y quienes me han ayudado moral y económicamente en este proceso estudiantil.

Gracias a todos a mis amigos y compañeros que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos.

Rosa Azucena Pérez Sacapi



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

CALIFICACIÓN

Apellidos y Nombres	Nota final de la Tutora

**Lic. Mariela Pinos
TUTORA**

ÍNDICE GENERAL

Contenido

Resumen	xi
CAPÍTULO I.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Justificación del tema de emprendimiento.	2
1.3. Planteamiento del problema	3
1.4. Objetivos	4
1.5. Marco Contextual.....	5
1.5.1. Marco Teórico.....	5
1.5.2. Gastronomía del Ecuador.....	5
1.5.3. Gastronomía típica de la Amazonia.....	6
1.5.4. Importancia de gastronomía típica.....	7
1.5.5. Valor nutricional de la comida ecuatoriana	7
1.6. Marco conceptual.....	8
1.6.1. Definición de turismo.	8
1.6.2. La planta turística.....	8
1.6.3. Demanda turística.....	9
1.6.4. Oferta turística	9
1.7. Marco referencial	9
1.8. Marco Legal.	10
1.8.1. Ley de turismo	10
De las actividades turísticas y de quienes las ejercen.....	10
1.8.2. Plandetur 2020.....	12
CAPÍTULO II.....	15
2.1. Marco Metodológico.....	15
2.1.1. Método descriptivo.....	15
2.1.2. Método científico.....	15
2.1.3. Método analítico.....	15
2.1.4. Método inductivo.....	15
2.2. Técnicas.....	16
2.2.1. Revisión bibliográfica	16
2.2.2. La observación.....	16

2.2.3. La encuesta	17
2.3. Resultados de encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Nueva Loja.....	18
2.4. Análisis FODA.....	31
a) Promoción y comercialización.....	34
CAPÍTULO III.....	35
3.1. Estudio técnico restaurante de gastronomía típica amazónica en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.	35
3.1.1. Localización del proyecto de titulación.....	35
3.1.2. Macro localización	35
Logotipo	37
3.1.4. Misión.....	37
3.1.5. Visión	37
3.1.6. Valores corporativos:	38
3.1.8. Organigrama estructural	39
3.1.9. Estructura del personal	39
3.1.10. Funciones de los colaboradores del restaurante.	40
3.1.11. Propietario.....	40
3.1.13. Ayudante de cocina	42
3.1.14. Mesero	42
3.1.15. Funciones de compras.....	43
3.1.16. Funciones de bodega.....	43
3.1.17. Distribución física del espacio.....	44
3.1.18. Capacidad máxima	45
3.1.19. Diseño de las instalaciones.....	45
3.1.20. Adquisición de la tecnología de producción	45
3.1.21. Normativa de las materias primas.....	47
3.1.22. Tipo de sistema de producción	48
CAPÍTULO IV.....	52
4.1. Análisis financiero	52
4.1.1. Costo de producción.	52
4.1.2. Ingresos por ventas.	52
4.1.3. Inversiones.....	53
4.1.4. Costos de producción.	53

4.1.5. Financiamiento.....	54
4.1.5.1. Amortización	55
4.1.6. Estado de perdidas y ganancias	55
Conclusiones:	57
Recomendaciones:	58
Bibliografía	59
Anexos:	61
ANEXO 1: Fichas de atractivos turísticos.	61
2.1. FICHA DE ATRACTIVO “CALDO DE BOCACHICO”	61
2.2. FICHA DE ATRACTIVO “CALDO DE CAMPECHE”	64
2.3. FICHA DE ATRACTIVO “TILAPIA CON PALMITO”	67
2.4. FICHA DE ATRACTIVO “BOCA CHICO FRITO”	70
2.5. FICHA DE ATRACTIVO “MAITO DE CACHAMA”	73
2.7. FICHA DE ATRACTIVO “PALMITO CON YUCA”	76
2.8. FICHA DE ATRACTIVO “CASABE”	79
2.9. FICHA DE ATRACTIVO “MAYONES”	82
2.10. FICHA DE ATRACTIVO “CHONTA DURO”	85
2.11. FICHA DE ATRACTIVO “TORTILLA DE HUEVO DE CHARAPA”	88
2.12. FICHA DE ATRACTIVO “AJÍ DE CAMPO”	91
ANEXO 2: Menú	94
ANEXO 3: Cuestionario de encuesta.....	95
ANEXO 4: Detalle de gastos de implementación del restaurante	100

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 GENERO.....	18
TABLA 2 EDAD.....	19
TABLA 3 COMIDA TÍPICA DE PREFERENCIA.....	20
TABLA 4 COMIDA TÍPICA DE LA AMAZONIA –PLATOS DE MAYOR PREFERENCIA.....	20
TABLA 5 RAZÓN DE CONSUMO COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA.....	21
TABLA 6 FRECUENCIA CONSUMO COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA.....	22
TABLA 7 BEBIDAS QUE ACOMPAÑAN A PLATO TÍPICO DE LA AMAZONÍA.....	25
TABLA 8 COMPAÑÍA DE QUIEN SE SIRVE LA COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA.....	26
TABLA 9 PUNTOS DECISIVOS AL REALIZAR COMPRA DE ALIMENTACIÓN.....	27
TABLA 10 PRECIO A PAGAR POR UN PLATO TÍPICO AMAZÓNICO.....	28
TABLA 11 COMPETENCIA DE RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA	29
TABLA 12 DEMANDA DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA DE LA AMAZONÍA	30
TABLA 13 ESTRUCTURA PERSONAL.....	39
TABLA 14 ESTRUCTURA PERSONAL.....	39
TABLA 15 EQUIPOS DE COCINA.....	46
TABLA 16 PRODUCCIÓN.....	52
TABLA 17 INGRESOS POR VENTAS.....	52
TABLA 18 INVERSIONES Y DEPRECIACIÓN.....	53
TABLA 19 FINANCIAMIENTO.....	54
TABLA 20 AMORTIZACIÓN.....	55
TABLA 21 ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIAS.....	55
TABLA 22 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	56
TABLA 23 COSTOS CALDO DE CAMPECHE.....	101
TABLA 24 COSTOS MAITO DE CACHAMA.....	101
TABLA 25 TILAPIA CON PALMITO.....	101
TABLA 26 CASABE.....	102
TABLA 27 MAYONES.....	102
TABLA 28 SUELDOS.....	103
TABLA 29 INSUMOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.....	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO DE TABULACIONES 1: GÉNERO.....	18
GRÁFICO DE TABULACIONES 2: EDAD	19
GRÁFICO DE TABULACIONES 3: COMIDA TÍPICA DE PREFERENCIA..	20
GRÁFICO DE TABULACIONES 4: COMIDA TÍPICA DE LA AMAZONÍA - PLATO DE MAYOR PREFERENCIA.....	22
GRÁFICO DE TABULACIONES 5: RAZÓN DE CONSUMO COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA.....	23
GRÁFICO DE TABULACIONES 6: FRECUENCIA CONSUMO COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA	24
GRÁFICO DE TABULACIONES 7: BEBIDAS QUE ACOMPAÑAN A PLATO TÍPICO DE LA AMAZONÍA.....	25
GRÁFICO DE TABULACIONES 8: COMPAÑÍA DE QUIEN SE SIRVE LA COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA.....	26
GRÁFICO DE TABULACIONES 9: PUNTOS DECISIVOS AL REALIZAR COMPRA DE ALIMENTACIÓN GRAFICO 9	27
GRÁFICO DE TABULACIONES 10: PRECIO A PAGAR POR UN PLATO TÍPICO AMAZÓNICO GRAFICO 10	28
GRÁFICO DE TABULACIONES 11: COMPETENCIA DE RESTAURANTES DE COMIDA TÍPICA AMAZÓNICA GRAFICO 11.....	29
GRÁFICO DE TABULACIONES 12: DEMANDA DE UN RESTAURANTE DE COMIDA TÍPICA DE LA AMAZONÍA GRAFICO 12.....	30
GRAFICO 13 MACRO LOCALIZACIÓN	35
GRAFICO 14 MICRO LOCALIZACIÓN	36
LOGOTIPO GRAFICO 15	37

RESUMEN

El presente trabajo de emprendimiento se inicia con la explicación del planteamiento del problema con el objetivo de identificar el lugar, el espacio y tiempo del tema objeto de estudio, para posteriormente realizar el aporte de la propuesta que es la solución al problema identificado en este caso específico se identifica como problemática la pérdida de identidad cultural y se identifica como alternativa de solución la implementación de un restaurante de gastronomía típica amazónica que a la vez representa también un alto valor nutricional, puesto que la alimentación que se proveerá contendrá porcentajes equilibrados de nutrientes que aportan a nuestro organismo, siendo estos lípidos, glúcidos, minerales y vitaminas.

A continuación se encuentra estructurada la tesis en capítulos en el primero se presentan los antecedentes, justificación, planteamiento del problema, objetivos, además consta el marco teórico que son los conceptos y la información que tiene relación con la gastronomía de la Amazonía, marco conceptual que contiene aspectos turísticos, marco referencial que hace alusión a otros proyectos con similares características al desarrollado en el presente documento; y, marco legal en que se contempla aspectos relacionados a la Ley de Turismo y PLANDETUR 2020.

En el capítulo dos se describe la metodología de investigación para la cual se aplicó los métodos científico, inductivo, descriptivo y analítico se completan con las técnicas de investigación revisión bibliográfica, la observación, la encuesta, en la mismo se realiza un diagnóstico a la población de la ciudad de Nueva Loja tomando un muestreo de 100 personas a las cuales se les aplico un cuestionario de 10 preguntas acerca de los platos típicos, bebidas, preferencias, precio y producto las mismas que fueron aplicadas y se realizó el análisis de resultados de la encuesta, análisis final de datos; de igual manera se está compuesto este capítulo por el análisis FODA, marketing mix y estrategias que servirán para promocionar el restaurante.

En el capítulo tres se describe la propuesta de implementación de restaurante el mismo que se lo denominará Maitos, Mayones & Más; localización, visión, misión, valores corporativos, descripción de personal y sus funciones, , capacidad, diseño de las instalaciones, en el capítulo V se detalla el estudio financiero, tabla de inversiones, gastos, costos, estado de pérdidas y ganancias, tabla de amortización para determinar la factibilidad económica del restaurante. En el último ítem se encuentra conclusiones, recomendaciones y finalmente consta en los anexos las fichas de atractivos turísticos, detalle de costos y cuestionario de encuesta.

ABSTRACT

This paper begins with entrepreneurial explaining the problem statement in order to identify the place, space and time the topic under study, later to make the contribution of the proposal is the solution to the problem identified in this case specifically identified as problematic the loss of cultural identity and is identified as an alternative solution to implement a restaurant serving traditional cuisine Amazon at the same time also a high nutritional value, since the power to be supplied contain percentages balanced nutrients bring to our body, and these lipids, carbohydrates, minerals and vitamins.

Then the thesis is structured into chapters in the first background, rationale, problem statement, objectives, further comprising the theoretical framework are the concepts and information that is related to the cuisine of the Amazon, presented conceptual framework that contains tourist aspects, reference framework that refers to other projects with similar characteristics to the one developed in this paper; and legal framework in which aspects related to the Tourism Act 2020 and PLANDETUR contemplated.

In chapter two the research methodology for which the scientific, inductive, descriptive and analytical methods are complemented by research techniques applied literature review, observation, survey described in the same diagnosis is performed to the population City Nueva Loja taking a sample of 100 persons to whom they applied a questionnaire of 10 questions about the dishes, drinks, preferences, price and product the same as were applied and analysis of results was performed survey, final data analysis; likewise this chapter is composed by the SWOT analysis, marketing mix and strategies that serve to promote the restaurant.

Implementing the proposed restaurant the same as it called Maitos, Mayones & More is described in chapter three; localization, vision, mission, corporate values, description of personnel and their functions, capacity, facility design, in Chapter V the financial study, ironing investments, expenses, costs, profit

and loss status, detailed table depreciation to determine the economic feasibility of the restaurant. In the last item is conclusions, recommendations and eventually recorded in the accompanying sheets attractions costed and questionnaire survey.

CAPÍTULO I.

1.1. Antecedentes

Ecuador es un país pequeño pero mega diverso, es así en sus cuatro regiones encierra variedad de pisos climáticos que contienen a su vez formas de vida singulares como costumbres y tradiciones de cada lugar, se puede mencionar a la Costa, Sierra, Amazonía y región Insular en ellos se puede encontrar también una serie de platos típicos, cada uno de los cuales pueden contener diferentes tipos de ingredientes los mismos que pueden encontrarse en el propio entorno en donde las comunidades residen.

De tal manera que en la región Costa los mariscos, son los preferidos, en la sierra las verduras, hortalizas y hornados, mientras en la región Insular los platos son diversos pues estas islas han sido colonizadas por personas de variadas culturas; de la misma forma en la región amazónica se puede encontrar comida autóctona preparada por los indígenas de la zona tales como: casabe, chicha, y otros que son preparados y acompañados con la yuca y el verde.

Es importante tomar de referencia para la elaboración del presente proyecto la motivación de los turistas que son atraídos por las culturas que existen en estas zonas, desean ver las diversas expresiones de estos pueblos.

Cabe destacar también la importancia de los centros de expendio de comidas pues desde la historia, representan no solo la posibilidad de satisfacer una necesidad sino también son lugares de encuentro en los que llevan a cabo negocios, amistades, diálogos y con frecuencia tienen una demanda de público objetivo que disfrutan de la oferta de determinado lugar.

Por estas motivaciones se ha tomado la iniciativa de proponer la implementación de un restaurante de gastronomía típica amazónica en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos. En el presente plan se contemplan aspectos como: estudio de mercado, visión, misión, valores, estructura organizacional, mercado objetivo, realización de un estudio técnico, diseño de plan de marketing y finalmente un estudio financiero.

Poniendo así a disposición de la ciudad de Nueva Loja, una alternativa culinaria tradicional, con ingredientes propios de la zona.

1.2. Justificación del tema de emprendimiento.

El propósito del siguiente proyecto, es principalmente el rescate de la cultura como parte de nuestra identidad, considerando que la comida y la bebida constituyen un elemento esencial en el proceso de desarrollo de los pueblos y nacionalidades, así mismo la ciudad no dispone de lugares adecuados para el expendio de comida típica que ofrezcan una alternativa variada y de buena calidad, razón por la cual se propone implementar un restaurante que dote de estos platos utilizando elementos propios de la zona.

Con el expendio de estos productos se pretende brindar a la sociedad un servicio innovador que promueva el consumo de alimentos propios de esta cultura. Reunirlos en un solo sitio con el propósito de liderar el mercado. Utilizar insumos seleccionados minuciosamente, con el control higiénico necesario y con un estilo en decoración que encaje con el entorno cultural que se requiere. Permitiendo tener prestigio y reconocimiento por parte de los clientes potenciales.

De esta manera la realización del proyecto se ejecutará con miras a satisfacer a los clientes más exigentes mediante un excelente servicio. Esto dejará en ellos el gozo de ser bien atendidos satisfaciendo su paladar con comidas y bebidas locales en un ambiente diferente y único que representa

el verdor y la majestuosidad de la amazonia. Conjuntamente con un servicio personalizado y de calidad diferente a lo acostumbrado habitualmente.

1.3. Planteamiento del problema

La gastronomía de la ciudad de Nueva Loja es limitada. Aun así presenta una oferta que va desde comida típica de la costa y sierra. Al estar ubicada cerca del vecino país de Colombia ofrece también una variedad de comida típica de este lugar, pudiendo encontrarse también chifas y comida rápida que complementan la oferta.

Sin embargo, la comida típica de la Amazonía se la encuentra a disposición del público de la ciudad de Nueva Loja pero con una oferta muy limitada, no existiendo tampoco la promoción necesaria para que se conozca la misma, razón que impulsa a las personas a buscar otro tipo de comida.

En la actualidad existe un segmento de mercado que prefiere la gastronomía típica del Ecuador y de la región Amazónica por que no!!! Mas esta oferta es escasa. En la ciudad de Nueva Loja, se dispone de dos lugares que presentan esta oferta y tienen como objetivo satisfacer las necesidades de este grupo de personas. Sin embargo, el tipo de menú que ofrecen es muy reducido y las condiciones higiénicas que presentan no son lo suficientemente adecuadas, sin dejar de lado la decoración y la atención al cliente que se debería tomar con la responsabilidad turística que implica la prestación de un servicio como éste.

En Nueva Loja, existe un gran número de personas que optan por este tipo de comida, quienes por motivos étnicos, culturales o simplemente por degustación eligen este tipo de gastronomía, y, que al parecer tienen cada vez más adeptos en un país caracterizado por la riqueza gastronómica que pretende satisfacer las paladares más exigentes y variados.

En esta época la tendencia es mejorar cada vez más la calidad de alimentación e intentar preservar la cultura, y lo que ésta implica: costumbres, tradiciones, vestimenta, religión, comidas y bebidas típicas regionales; la puesta en valor de riquezas culturales se convierte en otro incentivo para satisfacer al cliente local, nacional y extranjero que motivado por la oferta del destino pretende encontrar un valor agregado en cada experiencia turística percibida.

Detectando esta necesidad, se ha creído conveniente el diseño de una propuesta innovadora de implementación de gastronómica típica de la Amazonía en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, orientada al público en general con un menú variado, fresco y en un lugar acogedor con un ambiente rústico típico de la región.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General:

- Diseñar una propuesta de implementación de un restaurante de gastronomía típica amazónica en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, mediante trabajos investigativos y la aplicación de encuestas, para mejorar el servicio al cliente y las condiciones de vida de la comunidad.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Describir la gastronomía típica de la Amazonía destacando la importancia de la biodiversidad de comida existente en esta región. Como sustento teórico para dar a conocer la variedad de comida existente en ésta.

- Estudiar las necesidades actuales del mercado de comida típica amazónica para implementar, determinar la infraestructura y diseño del restaurante en estudio para mejorar la calidad del servicio con el fin de que vaya acorde con su clientela y producto.
- Realizar una propuesta de implementación en la que se incluya análisis FODA, diseños arquitectónicos y análisis financiero.

1.5. Marco Contextual

1.5.1. Marco Teórico

1.5.2. Gastronomía del Ecuador

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar, presentar y consumir los platos, es enriquecida por la diversidad de pisos climáticos favorecidos por la presencia de la cordillera de los Andes, así como resultado de la existencia de las cuatro regiones naturales Costa, Sierra, Oriente y región Insular o Galápagos; con costumbres y tradiciones diferentes, y como variadas son las poblaciones, enriquecidos son los platos típicos y los ingredientes principales que son cambiantes en función de las condiciones naturales.

La comida ecuatoriana conocida como comida típica o criolla, conserva la calidad de sus ingredientes y formas únicas de preparación lo que la hace exclusiva y muy apetecida así cada habitante del país podría recomendar un plato o varios platos de su preferencia; hay quienes disfrutan de los mariscos, de un buen hornado de cuy o de choncho, de las comidas exóticas de la Amazonía así mismo estos platos pueden variar según la época del año en la se encuentra pues en semana santa abra una deliciosa fanesca, en el día de los difuntos colada morada y los postres o frutas se podrán

disfrutar de acuerdo a la temporada de cosecha convirtiendo así la gastronomía en muy variada en todo el Ecuador.

Favorece también esta riqueza gastronómica la ubicación geográfica del país, el paso de la cordillera de los Andes hace que se disponga de variados pisos climáticos que hace que produzcan diversos alimentos sumado a esto la creatividad al sazonar constantemente mejorada a través de cada generación.

1.5.3. Gastronomía típica de la Amazonia

La región Amazónica siendo sinonimo de misterio y magestuosidad presenta similares características en la gastronomía y es de esta forma que es muy exótica pues los ingredientes, productos, especies y frutas son exclusivos de esta región.

La fauna de este lugar está representada por monos, tortugas, guanta, gusano de chonta, hormigas, y variadas serpientes entre las frutas exóticas se puede numerar borjón, chonta, uva de monte, arazá, cocona entre otras.

Entre las bebidas destacan que llaman mucho la atención de los turistas y son las preferidas de los nativos es la chicha de chonta o de yuca, cuya preparación anteriormente era muy peculiar pues los nativos masticaban los ingredientes para luego poner a fermentar más hoy en día sigue siendo una bebida muy apetecida sin embargo su preparación incluye molido y fermentación de la masa para posteriormente ser consumida. La guayusa que es cocinada en agua, mas azúcar al gusto es otra bebida deliciosa, en cuanto a bebidas alcohólicas se refiere la más representativa de la zona es el sinchicara considerada una bebida afrodisiaca elaborada con raíces de coca.

1.5.4. Importancia de gastronomía típica

La gastronomía es una parte esencial de la identidad cultural de los pueblos y nacionalidades supone un gran referente para propios y extraños, en tanto rescatar el valor de la gastronomía y ponerla a disposición del público en general, representa un atractivo más para promover el turismo a nivel local, regional, nacional e internacional.

Pues la gastronomía representa uno de los atractivos y consigue ser motivo de interés de los turistas y visitantes, el consumir alimentos típicos de un lugar es capturar la esencia de las costumbres y da la posibilidad de consumir los alimentos producidos en la zona que son exclusivos de un lugar determinado, la comida representa la autenticidad de un pueblo.

1.5.5. Valor nutricional de la comida ecuatoriana

El valor nutricional es competencia de la cantidad de nutrientes que aportan a nuestro organismo, estos pueden ser lípidos, glúcidos, minerales y vitaminas. Se clasifican según la cantidad que más esté presente en su composición.

Funciones de los alimentos en el organismo:

- **Energéticos.**- Aportan calor y energía, este valor se mide en calorías.
- **Reparadores.**- Son los alimentos que ayudan a crecer, reconstruir y a reparar tejidos.
- **Reguladores.**- Utilizadas por el organismo como ayuda para asimilar los alimentos y así contribuir a coordinar el funcionamiento del cuerpo.

1.6. Marco conceptual.

1.6.1. Definición de turismo.

Turismo es la actividad de desplazamiento de un lugar de residencia o habitual a otro lugar de destino por motivos de ocio, recreación, salud, negocios, religiosos, deportes entre otros dejando beneficio económicos en la localidad donde van.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo. (OMT, 2015)

1.6.2. La planta turística.

Son el conjunto de servicios turísticos que permiten la estancia de un turista está constituido por el alojamiento, restauración, esparcimiento o recreación está íntimamente ligada a la infraestructura turística que permiten la puesta en marcha de los bienes y servicios que a su vez hacen posible la estancia del turista en el lugar de destino. Así esta cadena de valor de un turista empieza desde el medio de transporte utilizado, la alimentación, alojamiento, facilidades de comunicación, posibilidad de obtener asistencia médica, recreación, y va hasta los servicios complementarios como bancos, estaciones de combustible, guianza, artesanías etc.

1.6.3. Demanda turística

La demanda turística real está determinada por la cantidad de turistas que requieren los bienes y servicios para satisfacer las necesidades de esparcimiento, ocio, descanso entre otros.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. **(Landi, 2013)**

1.6.4. Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de elementos que conforman el producto turístico al que se le añade el desarrollo de un adecuado programa de promoción orientado a los posibles consumidores, un programa de distribución del producto turístico manejado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio adecuado a las características del mercado. La oferta está desarrollada principalmente por el sector privado con el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación de los mismos, el desarrollo de la infraestructura necesaria, la promoción en los mercados de interés, la normatividad y la capacitación. (www.mincetur.gob.pe/TURISMO/, 2014)

1.7. Marco referencial

Para la elaboración del marco referencial se ha tomado en cuenta el proyecto de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hotelera denominado “Estudio de factibilidad para implementar un restaurante vegetariano gourmet en la ciudad de Guayaquil”, donde se destaca una propuesta diferente que hace

alusión la implementación de un restaurante de un tipo de alimentación que aún no es habitual es nuestro medio pero que tiene un segmento de mercado exclusivo. (UCSG, Salazar M, 2012).

Así también un proyecto que similares características a la propuesta que consta en el presente documento es el “Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante con Especialidad en Comida Típica del Ecuador en la Mitad del Mundo” de Viviana Ávila Villacrés, Universidad de Especialidades Turísticas. (UCT, 2009)

1.8. Marco Legal.

En este apartado se ha tomado de referencia aspectos legales basados en la Ley de turismo como lo descrito en el capítulo uno acerca de las actividades turísticas y de quienes las ejercen como sustento legal del tema propuesto.

1.8.1. Ley de turismo

De las actividades turísticas y de quienes las ejercen.

Tomado de la publicación DR. ANTONIO POSSO SALGADO, PRESIDENTE DEL CONGRESO NACIONAL, (e), LEY DE TURISMO, 2002, Quito, Ecuador.

“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 caso 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”. (Ecuador L. d.-F., 2002)

1.8.2. Plandetur 2020

Se ha considerado para el presente proyecto los lineamientos acerca de la microempresa turística sostenible y cadenas de valor que están inmensos en el Plandetur 2020, que contempla aspectos de financiamiento como crédito, asistencia técnica y capacitación a través de entidades bancarias como Banco Nacional de Fomento en créditos menores a 50,000.00 y Corporación Financiera Nacional para créditos mayores a 50,000.00 para implementación de empresas de emprendimiento turístico de carácter innovador; proyecto que cumple con estos lineamientos.

Nombre del programa

APOYO A LA MICROEMPRESA TURÍSTICA SOSTENIBLE Y CADENAS DE VALOR

Descripción y justificación del programa

El análisis situacional regional del PLANDETUR 2020 evidencia las limitaciones del sector, en particular de los segmentos de la sociedad menos favorecidos, para acceder a oportunidades que les permita generar una oferta de calidad que se sustenta en el acceso a capacitación, asistencia técnica y crédito en condiciones favorables, posibilidades de articulación con toda la cadena productiva, promoción, y asesoría para la inversión. La microempresa turística presenta particularidades que ameritan su tratamiento especial porque está concentrada en la oferta de servicios turísticos: actividades gastronómicas y unidades de hospedaje de pequeña escala con capitales y capacidad de ahorro reducidos. Estos emprendimientos generalmente son de propiedad de familias y emplean preferentemente a mujeres y jóvenes con uso intensivo de la mano de obra, baja división del trabajo y escaso aporte tecnológico. Esta actividad brinda atención personalizada a los turistas, lo cual determina un factor diferenciador sin competir con la gran empresa. Por otra parte, la microempresa enfrenta una gran informalidad y una débil organización empresarial que afecta a su permanencia y capacidad de éxito a pesar de la alta atractividad turística de los sitios que no siempre cuentan con un desarrollo de infraestructuras privadas y públicas adecuadas que apoyen a su gestión. La incorporación de esquemas que incentiven la participación de mujeres y jóvenes en la actividad turística en condiciones favorables constituye una oportunidad para impulsar a la actividad y potenciar su rol como eje dinamizador de la economía ecuatoriana. Este planteamiento se deberá fortalecer a lo largo de toda la cadena de valor sobre experiencias exitosas ya existentes y el apoyo a nuevos emprendimientos.

Este programa tiene el potencial de incidir en los siguientes mecanismos de reducción de pobreza promovidos por la Organización Mundial del Turismo:

Mecanismos Específicos para la Reducción de la Pobreza	
1.	Promoción de empleo para los pobres en empresas turísticas.
2.	Promoción de participación en la cadena de comercialización turística de personas pobres como proveedores directos de empleo, bienes y servicios;
3.	Promoción de la venta directa de personas pobres de bienes y servicios al turista con mejoramiento en el grado de organización social y asociatividad.
4.	Formación de microempresas y empresas comunitarias de personas pobres.
5.	Esquemas donde los impuestos al turismo vayan a beneficiar a los pobres de forma eficaz.
6.	Facilitación para las donaciones y apoyo voluntario de las empresas turísticas y los turistas filantrópicos.
7.	Inversión en infraestructura básica ligada a los destinos turísticos rurales que pueden beneficiar economías locales pobres.

Fuente: Organización Mundial de Turismo

El Ministerio de Turismo cuenta ya con un Convenio de Cooperación Interinstitucional entre Estado MINTUR, STEP / OMT, SNV, Conquito, PROIMBABURA, RAINFOREST, Y UNDP para el fomento de la Estrategia MET de Microempresas turísticas, microcrédito y reducción de la pobreza. Así mismo, el MINTUR ha emprendido en el Programa de Microempresa turística como una alternativa para el desarrollo y la formalidad, que crea las oportunidades para brindar trabajo digno, generando empleo y autoempleo que contribuye a disminuir la pobreza y frenar la migración. En la misma línea, se debe considerar que los emprendimientos de alojamiento y establecimientos de alimentos y bebidas requieren recursos de financiamiento mayores para su creación y fortalecimiento con condiciones de pago ya que el punto de equilibrio económico usualmente se alcanza a partir del cuarto año de recuperación y pueden aportar con garantías hipotecarias. Este programa incorpora esta propuesta y la complementa con los emprendimientos del proyecto MET, equidad de género a través de la microempresa turística y un sistema de incubación de microempresas turísticas, encadenamiento entre proveedores y el fortalecimiento de pequeños hoteles. La atención a infraestructura básica está contemplada en el desarrollo de los destinos como parte de la oferta. **(Cooperación Técnica nº ATN/FG-9903-EC, 2015)**

CAPÍTULO II

2.1. Marco Metodológico.

2.1.1. Método descriptivo.

El método está presente en toda la investigación. Se lo utiliza para narrar los fenómenos que han ocurrido durante toda la investigación, sus causas y consecuencias, permite la descripción de frecuencias y porcentajes estadísticos que son el resultado del trabajo de campo aplicado a través de las encuestas a la población de la ciudad de Nueva Loja.

2.1.2. Método científico

Permitió organizar, estructurar y ejecutar adecuadamente el presente trabajo de investigación, para que éste siga los lineamientos científicamente establecidos. Este es un proceso determinado para la explicación de lo ocurrido y se enuncia sus leyes físicas que lo explican.

2.1.3. Método analítico

Este método se lo aplicará a fin de poder interpretar las encuestas que se aplicaron para el diagnóstico y determinar el nivel de aceptación que tendrá un nuevo restaurante temático. Este método involucra el análisis que es descomposición esto supone segmentar un todo en sus partes o elementos constitutivos.

2.1.4. Método inductivo

Se aplicará para el diagnóstico de las necesidades existentes respecto a alimentación típica en la ciudad de Nueva Loja y así poder llegar a establecer la propuesta de implementación de un restaurante de

gastronomía amazónica, con las especificaciones necesarias para su ejecución de ser viable.

El método deductivo que va de lo general a lo particular permite que establecer conclusiones como consecuencia necesaria de las premisas.

2.2. Técnicas

2.2.1. Revisión bibliográfica

Se utilizó para la elaboración del marco teórico en relación al tema, además se obtuvo información a través de investigación en Internet y de las entidades que brindan información turística como Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Sucumbíos.

La bibliografía permitió justificar el proyecto de graduación de manera sintética, actualizada y correctamente descrita. Se tomaron en cuenta todas las citas y conceptos, aportes que concernieron al objeto de estudio.

2.2.2. La observación

Esta técnica, permitió realizar una observación directa de la forma real de la prestación de servicios de alimentación en general en la ciudad de Nueva Loja y luego identificar la necesidad de un establecimiento que rescate la identidad cultural de los pueblos de la Amazonía donde se evidencie decoración y comida amazónica.

La observación es una de las técnicas más básicas de investigación pues a partir de esta se sustentan las demás técnicas y métodos, establece una relación directa del objeto a ser investigado con el sujeto que investiga.

2.2.3. La encuesta

Es el conjunto de preguntas tipificadas que serán dirigidas a una muestra de la población local, para determinar la viabilidad de esta propuesta innovadora, que apunta a la puesta en valor de uno de los aspectos relevantes de la cultura del oriente ecuatoriano.

El número total de encuestas estará dado por la aplicación de la fórmula del tamaño de la muestra que se extrajo de la población total de ciudad de Nueva Loja, proyección 2014 (Censo, Fascículo Provincial de Sucumbíos, 2010)

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

En donde:

Z = Nivel de confianza (1.96)

P = Probabilidad a favor (0.5)

Q = Probabilidad en contra (0.5)

E = Margen error de estimación (0.05)

N = Universo proyectado población de Nueva Loja 2014, basado en censo INEC 2011 (57.727)

Desarrollo:

$$n = \frac{1,92^2 * 57.727 * 0,5 * 0,5}{0,10^2 * (57.727 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{55441,0108}{578,2204}$$

$$n = 96$$

2.3. Resultados de encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Nueva Loja.

Para la elaboración de las encuestas cuyo análisis se detalla a continuación, se aplicó un cuestionario de 10 preguntas estructuradas, de opción múltiple con la finalidad de facilitar al encuestado el desarrollo de las mismas.

Datos generales

1. Género

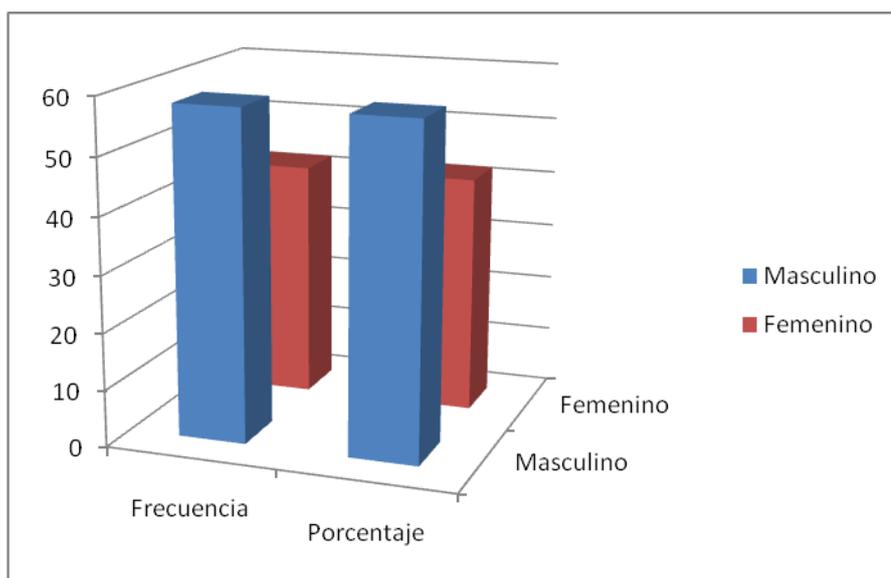
Tabla 1

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	55	55
Femenino	45	45
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 1: Género



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Interpretación: Se ha tomado la opinión de 100 personas como muestra de la población, para el diseño del presente trabajo investigativo así el 55% son de género masculino mientras que el 45% corresponde al género femenino, siendo la mayoría de encuestados de género masculino.

2.- Edad:

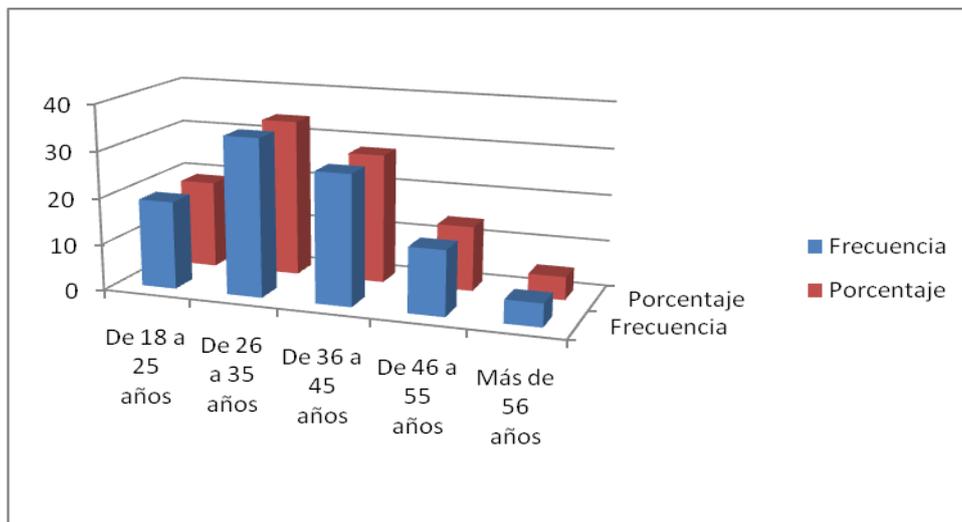
Tabla 2

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 18 a 25 años	19	19
De 26 a 35 años	34	34
De 36 a 45 años	28	28
De 46 a 55 años	14	14
Más de 56 años	5	5
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 2: Edad



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Interpretación: De la población encuestada en su mayoría está comprendida entre las edades de 26 a 35 años (34 %), seguidamente está el

segmento de personas de 36 a 45 años de edad (18 %) esto supone que son personas en edad económicamente activa lo que da mayor confiabilidad al momento de obtener información pues su capacidad de decisión supone capacidad de pago también.

Datos específicos:

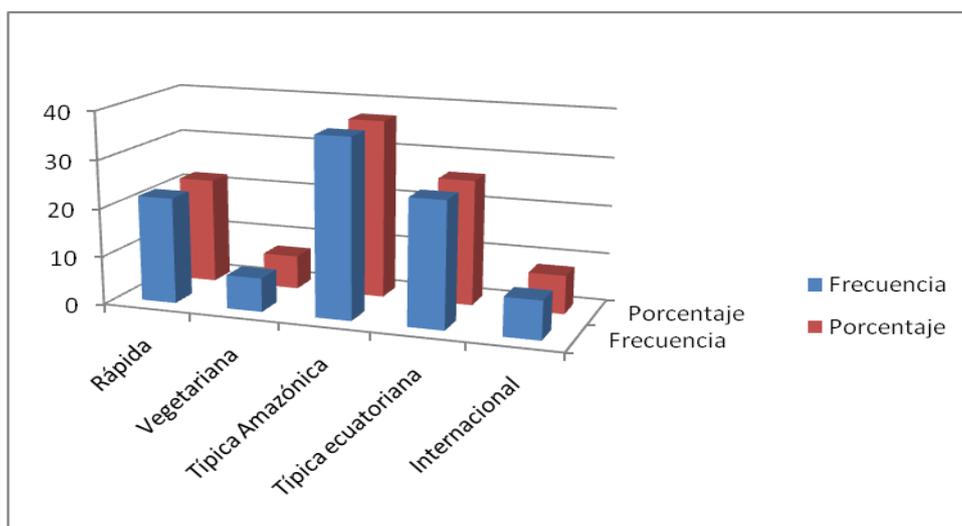
1.- ¿Del siguiente listado de tipos de comida cuál es la de mayor preferencia?

Tabla 3

Comida	Frecuencia	Porcentaje
Rápida	22	22
Vegetariana	7	7
Típica Amazónica	37	37
Típica ecuatoriana	26	26
Internacional	8	8
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 3: Comida típica de preferencia



Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora.

Interpretación: La siguiente valoración tomada como respuesta de los consultados evidencia que la comida preferida por la población de la ciudad de Nueva Loja, es la gastronomía típica Amazónica señalada en un 37 %; a continuación le sigue como opción preferida la gastronomía típica ecuatoriana esto es en un 26%, es así que la población tiene una gran aceptación por la comida local y nacional; en un porcentaje del 22 % hay quienes prefieren la comida rápida; en un menor porcentaje del 7 y 8 % son las personas que optan por lo vegetariano e internacional respectivamente.

2. Del siguiente listado de comida típica de la Amazonía ¿Qué plato típico le gusta o es el que más consume?

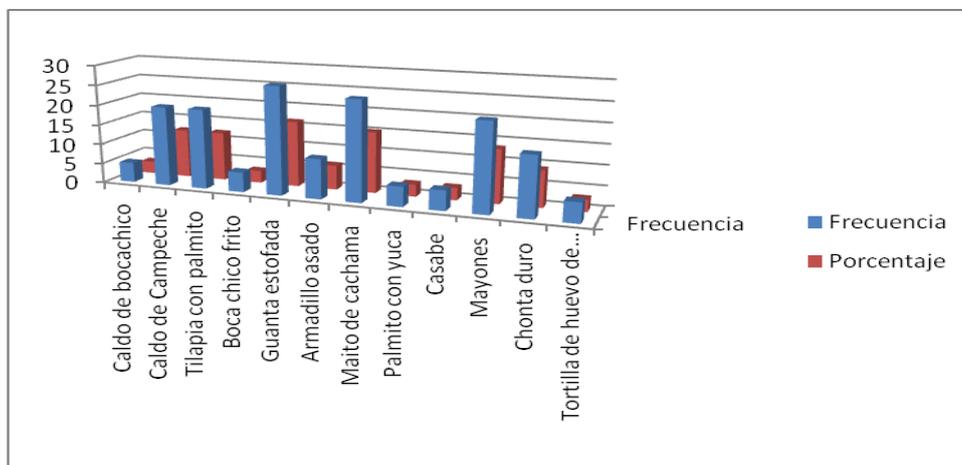
Tabla 4

Comida típica Amazónica	Frecuencia	Porcentaje
Caldo de bocachico	5	3
Caldo de Campeche	20	12
Tilapia con palmito	20	12
Boca chico frito	5	3
Guanta estofada	27	16
Armadillo asado	10	6
Maito de cachama	25	15
Palmito con yuca	5	3
Casabe	5	3
Mayones	22	13
Chonta duro	15	9
Tortilla de huevo de charapa	5	3
TOTAL	164	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 4: Comida típica de la Amazonía - plato de mayor preferencia.



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Interpretación: Es importante considerar que en esta pregunta son varias las comidas preferidas por los encuestados, así del listado de comida típica amazónica las seleccionadas son: guanta estofada (16%), maito de cachama (15%), caldo de Campeche (12 %), tilapia con palmito (12%), mayones (13%), en porcentajes menores se eligen los siguientes platos amazónicos: chonta duro (9%), armadillo asado (6%), caldo de bocachico, Boca chico frito, Palmito con yuca, Casabe (3 %).

3.- ¿Por qué usted consume comida típica Amazónica?

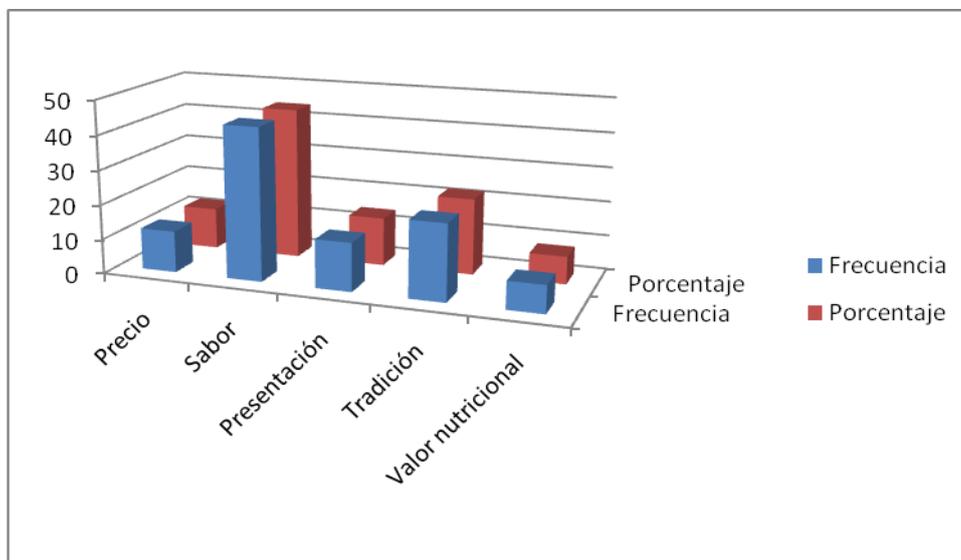
Tabla 5

Razones	Frecuencia	Porcentaje
Precio	12	12
Sabor	44	44
Presentación	14	14
Tradición	22	22
Valor nutricional	8	8
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 5: Razón de consumo comida típica Amazónica



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Interpretación: Las razones por las que consumen comida típica Amazónica son principalmente por el sabor (44%), seguidamente con un 22% hay quienes sostienen que es por tradición que consumen la comida autóctona de la zona, se toma de referencia a quienes eligen por su presentación (14%) estos alimentos; y, finalmente el precio (12 %) y el valor nutricional (8%).

4.- Con qué frecuencia consume usted comida típica de la Amazonía ecuatoriana.

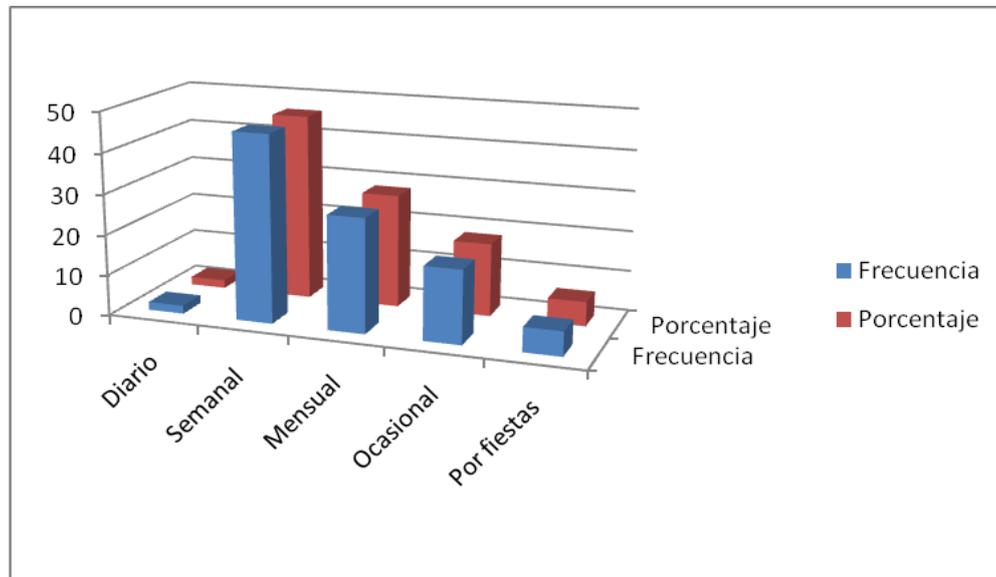
Tabla 6

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diario	2	2
Semanal	46	46
Mensual	28	28
Ocasional	18	18
Por fiestas	6	6
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 6: Frecuencia consumo comida típica Amazónica



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Interpretación: La frecuencia con la que consumen los platos típicos Amazónicos en restaurantes es especialmente de manera semanal (46 %) una o dos veces, seguidamente hay personas que manifiestan que la frecuencia de consumo es mensual (28 %), en porcentaje del 18 % hay quienes manifiestan que es ocasional su consumo; y, una minoría 6 % contesta que en festividades consume alimentos típicos amazónicos y el 2 % refiere que el consumo de estos alimentos amazónicos es de manera habitual.

5.- ¿Con qué bebida acompaña por lo general un plato típico de la Amazonía?

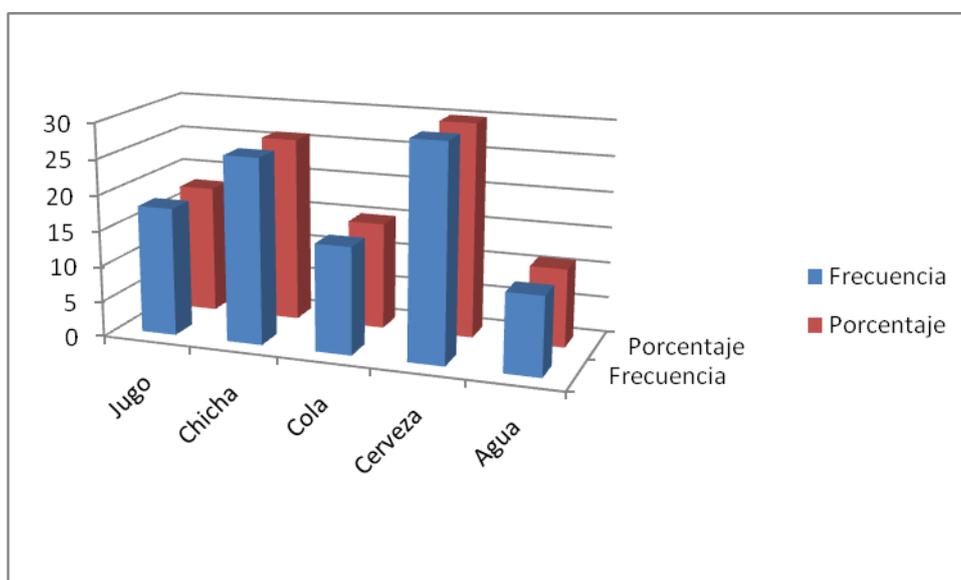
Tabla 7

Bebida	Frecuencia	Porcentaje
Jugo	18	18
Chicha	26	26
Cola	15	15
Cerveza	30	30
Agua	11	11
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 7: Bebidas que acompañan a plato típico de la Amazonía.



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Interpretación: Al momento de elegir las bebidas para acompañar la gastronomía local las personas consultadas responden que escogen la cerveza (30 %) para saborear los alimentos ya esta es una bebida de gran consumo en el sector debido a la zona climática en la que se habita, como segunda opción está la chicha (26 %) que es la bebida tradicional

amazónica, los jugos o refrescos de frutas naturales (18 %) son también una bebida habitual de consumo; la gaseosa (15%) y el agua (11%) se muestran de la misma manera como acompañantes de los comestibles.

6.- ¿En compañía de quien se sirve la comida típica Amazónica?

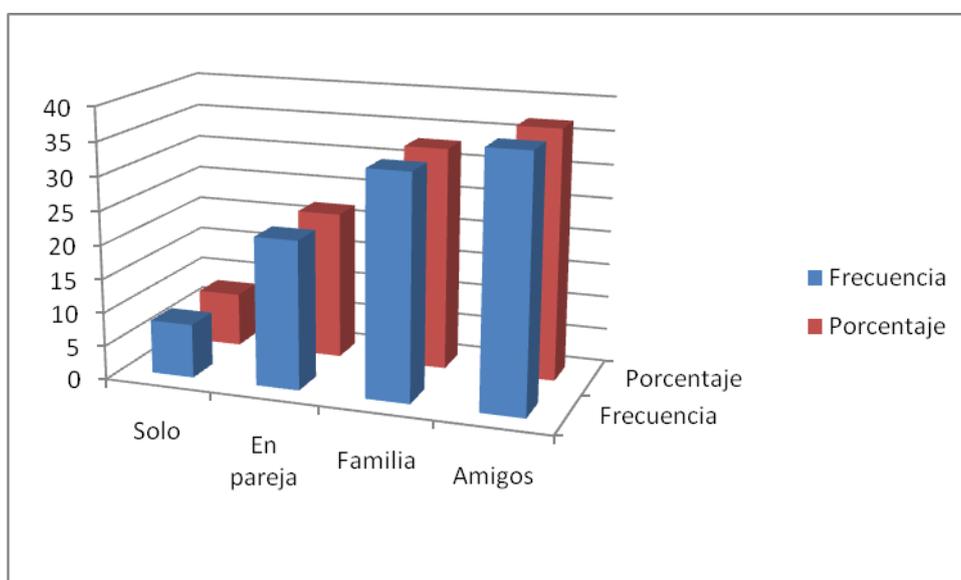
Tabla 8

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Solo	8	8
En pareja	22	22
Familia	33	33
Amigos	37	37
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 8: Compañía de quien se sirve la comida típica Amazónica



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora.

Interpretación: La compañía al momento de servirse la comida típica Amazónica es preferencialmente con amigos (37%), en familia (33%), en

pareja (22%) y las personas que por circunstancias de trabajo deben consumir solos (8%).

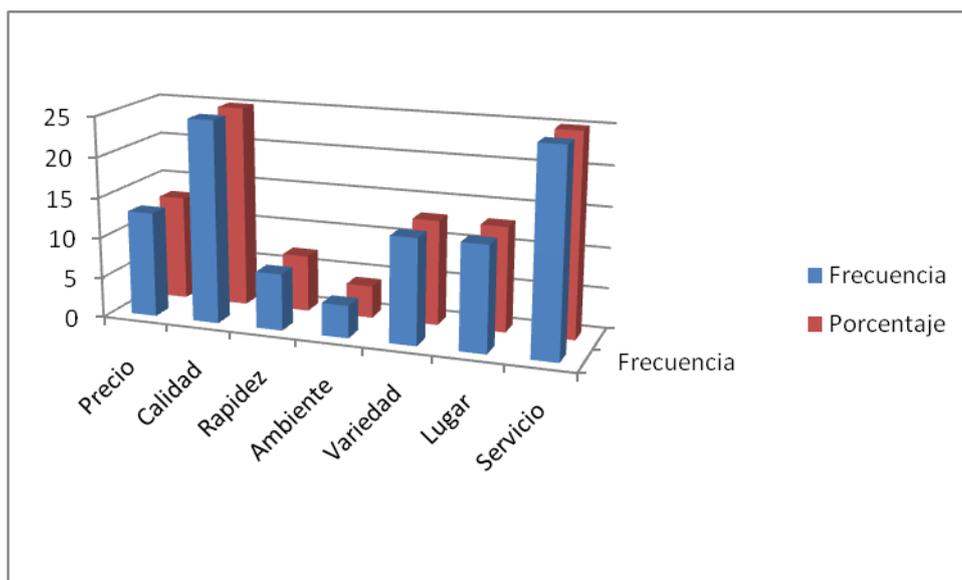
7.- De los puntos detallados a continuación, cuál cree usted que influye más en el momento de realizar su compra

Tabla 9

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	13	13
Calidad	25	25
Rapidez	7	7
Ambiente	4	4
Variedad	13	13
Lugar	13	13
Servicio	25	25
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora.

Gráfico de tabulaciones 1: Puntos decisivos al realizar compra de alimentación



Fuente: Investigación directa
Elaboración: La Autora

Interpretación: Es importante considerar que los aspectos decisivos al momento de realizar la compra del servicio de alimentación son prioritariamente la calidad (25%) de los productos con los que se elabora los alimentos, en el mismo porcentaje está la calidad de atención al cliente (servicio 25%), los factores precio, variedad, lugar, no son elementalmente decisivos así constan con el 13 % cada aspecto; y, el último lugar se considera la rapidez del servicio (7 %) y el ambiente (4%).

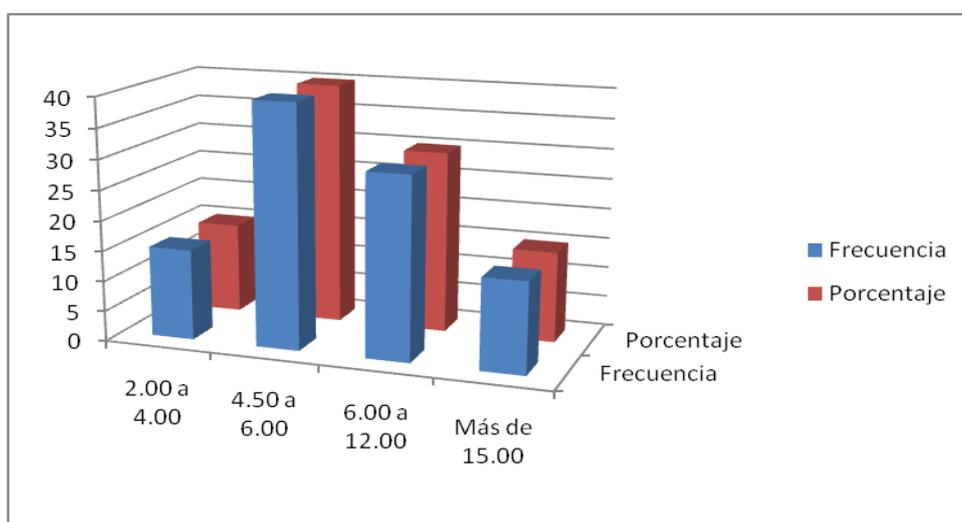
8.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un plato típico amazónico?

Tabla 10

Dólares	Frecuencia	Porcentaje
2.00 a 4.00	15	15
4.50 a 6.00	40	40
6.00 a 12.00	30	30
Más de 15.00	15	15
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa
 Elaboración: La Autora

Gráfico de tabulaciones 2: Precio a pagar por un plato típico amazónico



Fuente: Investigación directa
 Elaboración: La Autora

Interpretación: El rango de precio que estarían dispuestos a pagar la mayoría de los indagados (40 %) por un plato típico amazónico oscila entre 4.50 y 6.00 dólares; un buen porcentaje que corresponde al 30 % están dispuestos a cancelar valores entre 6.00 a 12.00 dólares; en tanto hay un 15 % de personas encuestadas que están dispuestas a cancelar entre 2.00 a 4.00 dólares y un mismo porcentaje del 15 % estarían dispuestos a cancelar más de 15.00 dólares por platos típicos amazónicos.

9- ¿Conoce otros restaurantes que ofrezcan este tipo de comida de forma habitual?

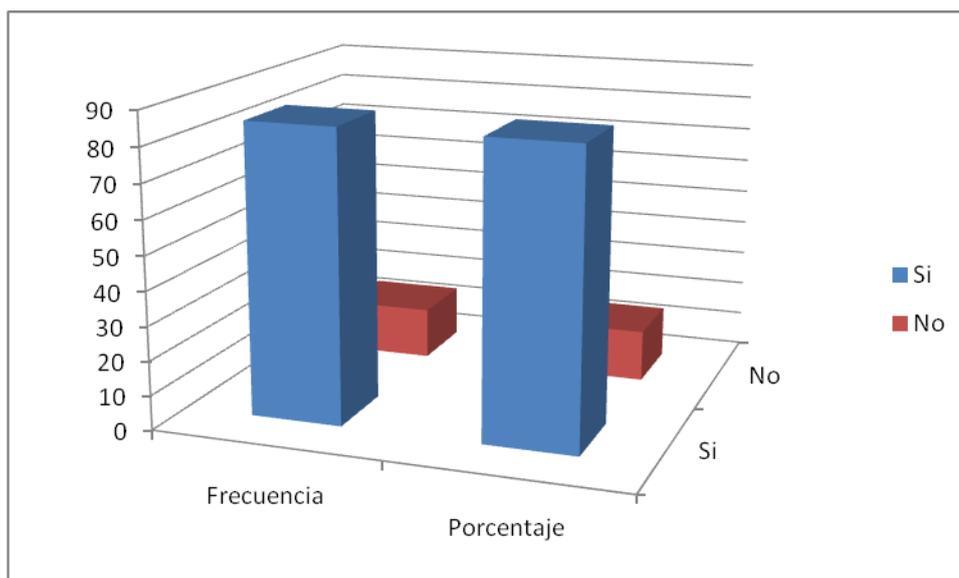
Tabla 11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	85
No	15	15
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Gráfico de tabulaciones 3: Competencia de restaurantes de comida típica Amazónica



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Interpretación: Los consultados explican que si (85%) conocen otros restaurantes que ofrecen comida típica de forma habitual, pero es necesario mencionar que esta oferta es limitada, es decir, solo se ofrece maitos y mayones, que otros restaurantes ofrecen gastronomía típica amazónica pero junto a una oferta de parrilladas, pero que es indudable la inexistencia de un restaurante exclusivo con platos típicos del oriente ecuatoriano.

10. ¿Al implementarse un restaurante de comida típica exclusivamente de la Amazonía estaría dispuesto a consumir este tipo de alimentación?

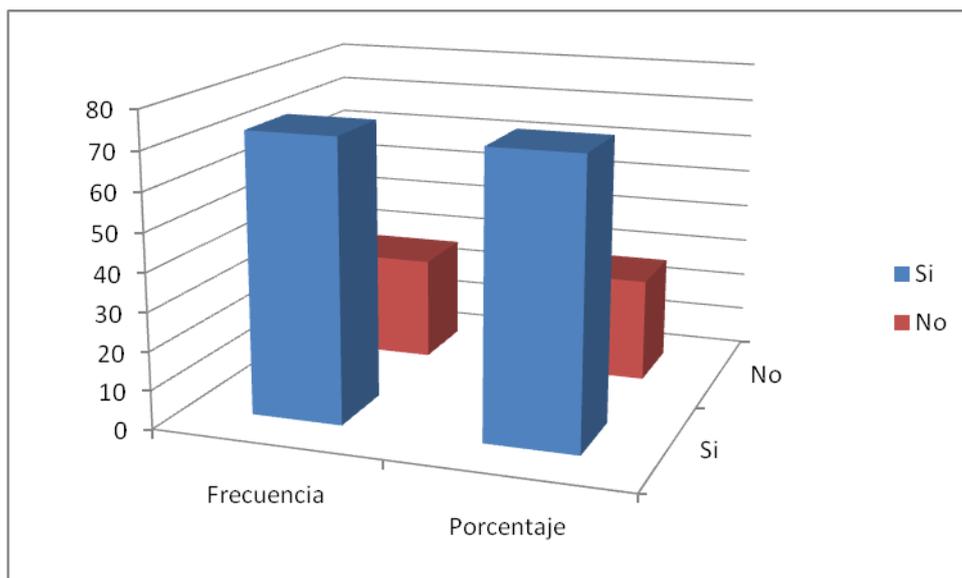
Tabla 12

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	73	73
No	27	27
TOTAL	100	100

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Gráfico de tabulaciones 4: Demanda de un restaurante de comida típica de la Amazonía



Fuente: Investigación directa

Elaboración: La Autora

Interpretación: Esta pregunta es decisiva al momento de desarrollar el presente tema y el resultado es el siguiente: El 73 % de la población sondeada es decir la mayoría estaría dispuesto a consumir alimentación en un restaurante de comida típica exclusivamente de la Amazonía.

2.4. Análisis FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Las características arquitectónicas del inmueble lo dotan de un especial atractivo para el desarrollo de la actividad proyectada, pues por encontrarse en el centro de la ciudad y debido a su diseño situado en una “Y” preferencial de la ciudad. • Se ubicará en pleno centro histórico y comercial de la ciudad de Nueva Loja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con operadoras de turismo y agencias de viajes minoritarias para complementar la oferta con actividades turísticas o eco turísticas que se desarrollan en la zona. • Presencia de atractivos de gran trascendencia local, nacional e internacional: Parque Nacional Yasuní, Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Río Aguarico; y, Parque Natural Perla. • Perfil del cliente identificado con alto poder adquisitivo. • Creciente tendencia de visitas a la Amazonía atraídos por la naturaleza y cultura. • La existencia de una actividad comercial constante durante todo el año es decir no existen períodos o temporadas altos y bajos. • Intensa actividad comercial y petrolera en la zona de influencia.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de ruido al estar ubicado en la parte central de la ciudad. • Ser empresa nueva en el mercado sin promoción al público • La gran inversión dedicada al lugar y su efecto en el primer año de crecimiento del restaurante. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con demanda establecida • Los competidores y su experiencia en el mercado ya que existe variedad de restaurantes en la zona.

2.5. Marketing Mix

2.5.1. Producto

Debido a la inexistencia de oferta en cuanto a un restaurante que ofrezca comida típica de la Amazonía, y disponiendo de todos la materia prima para la elaboración de los platos típicos que rescataran la tradición gastronómica que son apetecidos por propios y extraños, además se complementará con una excelente atención al cliente, preliminarmente se establecerá un menú el mismo que será el instrumento básico de ventas y a través de él se realizara la función de vender, que es lo más importante en un restaurante. El menú estará disponible en la parte exterior del restaurante y consta básicamente de lo siguiente:

- Caldo de bocachico
- Caldo de Campeche
- Tilapia con palmito
- Boca chico frito
- Maito de cachama
- Palmito con yuca
- Casabe
- Mayones
- Chonta duro

- Tortilla de huevo de charapa
- Ají de campo

2.5.2. Plaza.

La ubicación del Restaurante Maitos, Mayones y Más es muy competitiva pues se ubica estratégicamente en la parte central de la ciudad de Nueva Loja, donde el huésped tiene acceso a lo mejor de la ciudad; actividades comerciales; gestiones públicas; hoteles, bares y discotecas; y, fácil acceso a los medios de transporte privado y público.

2.5.3. Precio

Fijación de precio basada en los costes

Luego de analizar los costes fijos, los costes variables y la previsión de ventas del servicio se utilizó entre otros, los siguientes conceptos:

Coste total (CT): Suma de los costes fijos (CF) y de los costes variables (CV)

$$CT = CF + CV$$

Precio de Venta al Público (P.V.P.): Cantidad que paga el consumidor por un producto o servicio.

Precio mínimo: Precio por debajo del cual no podemos vender. Sin cubrir los costes variables la empresa no podría seguir produciendo y no se puede dejar de comprar las materias primas o el material fungible necesarios para producir un bien o prestar un servicio.

En el proceso de fijación de precio se incorporó el beneficio deseado.

$$P.V.P. = CT + \text{Beneficio deseado (Costos se detalla en anexo 4)}$$

2.5.6. Promoción

a) Promoción y comercialización.

Para las estrategias de promoción del restaurante se consideran los siguientes ítems.

Diseño de imagen corporativa.

- Diseño del logotipo.
- Creación del slogan.
- Imagen de marca.

Marketing directo:

- Rótulo principal.

Publicidad:

- Anuncios impresos, tarjetas de presentación y trípticos.
- Cuñas publicitarias, Radio.
- Diseño gráfico y web.
- Posicionamiento web.

CAPÍTULO III

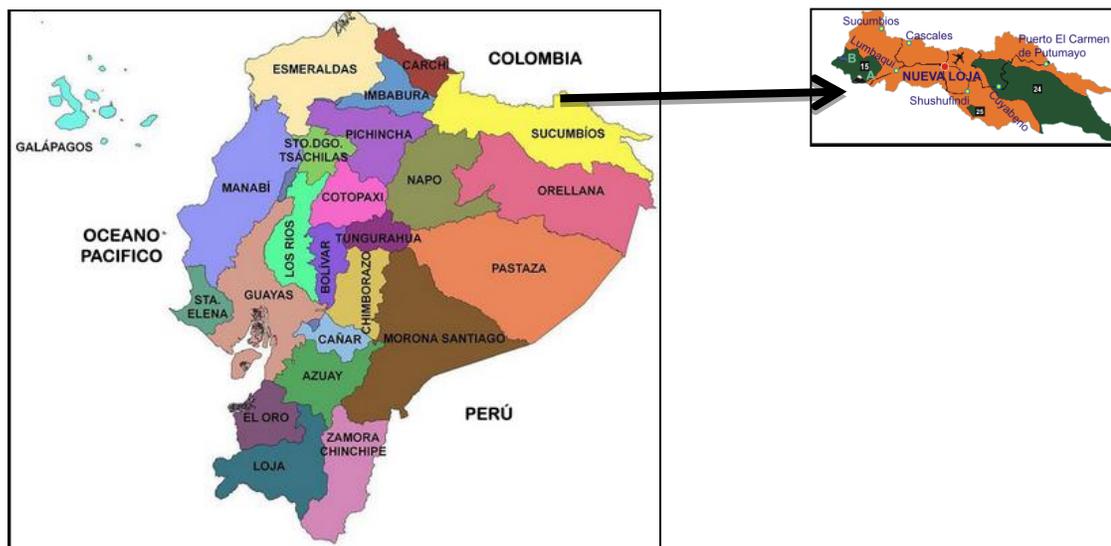
3.1. Estudio técnico restaurante de gastronomía típica amazónica en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.

3.1.1. Localización del proyecto de titulación

3.1.2. Macro localización

Está geográficamente ubicado en el Ecuador, al norte de la región Amazónica, en la provincia de Sucumbíos, ciudad de Nueva Loja, que es punto de llegada de turistas nacionales y extranjeros pues desde Nueva Loja, se dirigen hacia los atractivos naturales y culturales como Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Reserva Ecológica Limoncocha, Parque Ecológico Recreacional Perla, visita a etnias culturales como Cofanes, Sionas- Secoyas y Shuaras.

Grafico 13: MACRO LOCALIZACIÓN



3.1.3. Micro localización

El restaurante tiene como ubicación geográfica en la convergencia de las calles Amazonas y Av. Quito. La ubicación es muy competitiva pues se ubica estratégicamente en la parte central de la ciudad de Nueva Loja, donde el cliente tiene acceso a lo mejor de la ciudad: actividades comerciales, gestiones públicas, hoteles, bares y discotecas. Fácil acceso a los medios de transporte privado y público. Lugar económicamente activo y sitio de concurrencia de personas de los cantones de Cuyabeno, Cascales, Shushufindi y Putumayo. También es punto de convergencia comercial de habitantes del país vecino Colombia, especialmente de sectores como La Dorada, La Hormiga, Puerto Asís y Mocoa.

Grafico 14: MICRO LOCALIZACIÓN



Logotipo



3.1.4. Misión

Ofrecer un servicio de restaurante exclusivo, poniendo a disposición de los clientes una gama completa de oferta gastronómica de la Amazónica procurando el bienestar y confort, a través de la calidad de los servicios ofrecidos.

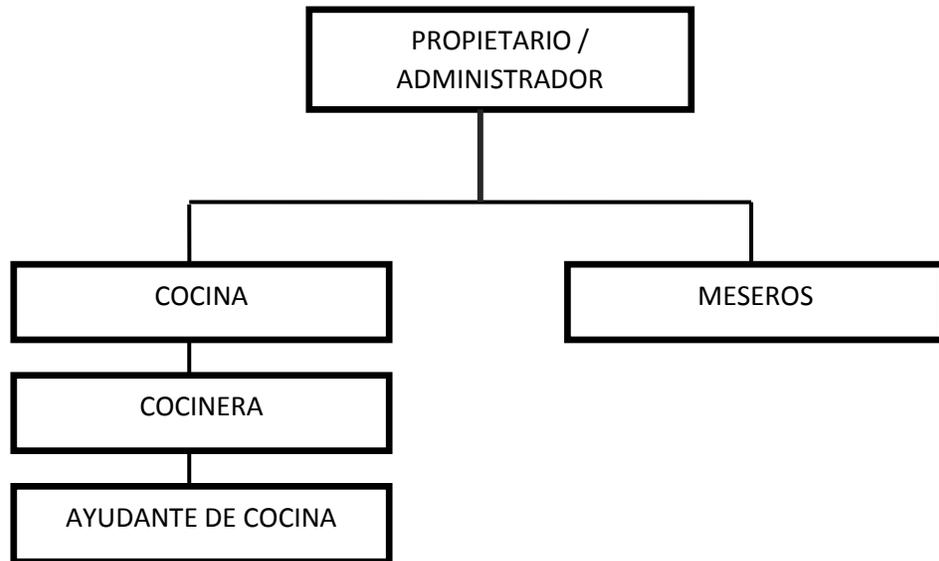
3.1.5. Visión

A finales del 2019 Maitos, Mayones & Más, llegará a ser una empresa posicionada de gran prestigio local por su oferta variada, completa, calidad de su materia prima y la calidad de atención al cliente local, nacional y extranjero a través de personal capacitado y comprometido con el bienestar de los clientes y la rentabilidad de la empresa.

3.1.6. Valores corporativos:

- **Excelencia:** El Restaurante de Gastronomía Típica Amazónica Maitos, Mayones & Más se pretende buscar los mayores estándares de desempeño y calidad en el servicio para contribuir con el bienestar y confort del huésped y con los objetivos de la empresa.
- **Responsabilidad:** Restaurante de Gastronomía Típica Amazónica Maitos, Mayones & Más, será responsable del bienestar de los huéspedes y del desarrollo de la empresa ligada estrictamente al buen crecimiento social, económico y ambiental de nuestra Amazonía.
- **Lealtad:** Se identificará con la misión y visión de la empresa, promoviendo con las acciones el cumplimiento de los objetivos de calidad y pertenencia con los recursos de la empresa.
- **Competitividad:** Se tendrá la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores procurando la fidelidad de los clientes y mayor rentabilidad de la empresa.
- **Respeto:** El Restaurante de Gastronomía Típica Amazónica Maitos, Mayones & Más reconocerá a las personas que propicien el buen trato y las buenas relaciones dentro y fuera de la organización.

3.1.8. Organigrama estructural



3.1.9. Estructura del personal

Tabla 13

Departamento	Cargo	N° personas
Administración	Administrador	1
Total		1

Elaboración: Rosa A. Pérez

Tabla 14

Departamento	Cargo	N° personas
Cocina	Cocinera	1
	Ayudante de cocina	1
Restaurante	Mesero	1
Total		4

Elaboración: Rosa A. Pérez

3.1.10. Funciones de los colaboradores del restaurante.

3.1.11. Propietario

- Programar horarios del personal del establecimiento con sus días libres y las vacaciones anuales, el horario de limpieza del baño de personal.
- Tomar decisiones.
- Autorizar y controlar horas extras del restaurante.
- Realizar los horarios para eventos con personal fijo y extra.
- Planificar nuevas estrategias de promoción y venta para los productos que expende el restaurante.
- Revisar y controlar los reportes generados en todas las áreas del restaurante.
- Elaborar los informes semanales de las ventas realizadas en el restaurante para enviar a la oficina principal.
- Revisar el menú para el personal.
- Controlar la presentación e higiene del personal del restaurante.
- Realizar charlas motivacionales al personal operativo.
- Supervisar la atención del servicio en el restaurante.
- Atender a los clientes que soliciten información.
- Enviar cotizaciones para eventos que se soliciten realizar en el establecimiento con previo aviso.
- Revisar diariamente el libro de novedades.
- Estar pendiente de la facturación diaria del restaurante.
- Encargarse del pago a proveedores.
- Archivar la documentación del restaurante.
- Analizar costos para la fijación de precios de productos.

- Controlar la materia prima para la utilización y preparación de alimentos y bebidas.
- Controlar los costos mensuales.
- Controlar las buenas relaciones entre las áreas del restaurante.

Responsabilidades

- Planificar estrategias promocionales
- Organizar y designar responsabilidades a los empleados
- Dirigir a los empleados para que todas las actividades y recursos se manejen bien.
- Controlar que todas las situaciones financieras estén a favor del restaurante.
- Buscar una buena estabilidad del restaurante.
- Elaborar políticas de la empresa.
- Busca nuevos clientes mediante promociones y en empresas.
- Buscar publicidad y auspiciantes.

3.1.12. Cocinera/o

Funciones generales:

- Dirigir la preparación de alimentos tanto corrientes como especiales.
- Funciones específicas:
- Aplicar procedimientos para una mejor rotación de inventarios en la cocina.
- Mantenerse en constante comunicación con el contralor de costos para conocer las variaciones de la materia prima.

- Inspeccionar porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platos.
- Revisar, analizar y autorizar las requisiciones de alimentos que los cocineros solicitan al almacén.
- Supervisar la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad.
- Analizar periódicamente los costos reales de cocina.
- Supervisar la calidad y limpieza de los alimentos para los empleados.

3.1.13. Ayudante de cocina

- Ayuda en la cocina fría y caliente en lo que sea necesario.
- Apoyo del personal ya sea para sacar y/o decorar platos.
- Preparar las bases de los caldos.

3.1.14. Mesero

Funciones Generales:

- Atender las solicitudes de los clientes y servir alimentos y bebidas.

Funciones Específicas:

- Tener conocimiento de los platillos del menú, así como el tiempo de elaboración y los ingredientes en los cuales están preparados.
- Sugerir al cliente aperitivos, cócteles, y bebidas después de la cena.
- Sugerir alguna ensalada o especialidad de la casa.
- Conocer y aplicar el sistema para elaborar las ordenes.
- Presentar la comanda a los cocineros para que salga el plato.
- Servir los alimentos en la mesa.

- Conocer y aplicar los diferentes tipos de servicio utilizados en la mesa.
- Recoger los platos sucios.
- Presentar al cliente la cuenta para que se efectúe su pago.
- Asistir al cliente al momento de retirarse del restaurante.
- Observar que los clientes no olviden ningún objeto y hacer su respectiva devolución.
- Hacer limpieza de las mesas, estaciones de servicio, ceniceros, etc.
- Hacer el adecuado montaje de las mesas.
- Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería para evitar quebrarlos.
- Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía (No tutear al cliente).

3.1.15. Funciones de compras

- Calcular las cantidades a comprar de alimentos y bebidas para el restaurante mensualmente.
- Realizar las compras cada fin de semana.
- Realizar compras necesarias del día.
- Realizar compras y pago a proveedores.
- Elaboración de reportes de compras.
- Manejo de inventarios.
- Manejo de stocks mínimos.
- Entrega de reportes

3.1.16. Funciones de bodega

- Cotizar productos.

- Recibir las cotizaciones de los proveedores.
- Sistematizar la información de las cotizaciones en Excel.
- Comparar la información y sugerir proveedores.
- Revisar inventarios de materias primas.
- Ajustar pedidos según la programación de menús y existencias en inventario.
- Entrega de los productos diariamente con base en las requisiciones.
- Ingreso de las facturas de las compras en el sistema.
- Recibir y revisar los productos.
- Revisar los pedidos y comprobar que lo recibido sea lo solicitado, la calidad el precio.
- Revisar la existencia de los ingredientes solicitados para las preparaciones.
- Alistar los ingredientes solicitados para las preparaciones.
- Entregar ingredientes a los cocineros encargados de cada preparación.
- Revisar existencias y entregar insumos adicionales solicitados.
- Realizar conteo físico de las materias primas del restaurante.

3.1.17. Distribución física del espacio

Horario de funcionamiento

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
10H00	10H00	10H00	10H00	10H00	10H00	10H00
19H00	19H00	19H00	19H00	19H00	16H00	16H00

3.1.18. Capacidad máxima

El restaurante cuenta con un área de 105 metros cuadrados. Los cuáles serán distribuidos en 7 m de ancho y 15 m de largo, distribuidos en los siguientes espacios: cocina, comedor, baño, bodega y área de recepción de materias primas.

Capacidad máxima de atención a clientes es de 28 personas.

3.1.19. Diseño de las instalaciones

Se adecuará un ambiente rústico con materiales propios de la zona. Ambientado con plantas naturales propias de la región, el comedor contará con mesas y sillas de madera de la Amazonía. La decoración contará con cuadros alusivos a las diversas provincias del oriente. El diseño incluirá también lianas como parte de la identificación de la selva ecuatoriana.

Cada espacio estará proporcionalmente diseñado para un buen funcionamiento del restaurante, con este diseño se armonizará la experiencia del cliente y satisfacer sus expectativas.

3.1.20. Adquisición de la tecnología de producción

A continuación, una lista de los requerimientos necesarios para el funcionamiento del restaurante.

Tabla 15

ITEM	DESCRIPCIÓN	U.M	CANT.
EQUIPOS DE COCINA			
1	ACONDICIONADORES DE AIRE	Unidad	1
2	CAMPANA	Unidad	1
3	TANQUE DE GAS INDUSTRIAL	Unidad	1
4	REFRIGERADOR	Unidad	2
5	COCINA INDUSTRIAL	Unidad	1
6	EXTRACTOR DE OLORES	Unidad	2
7	MICROONDAS	Unidad	1
8	BATIDORA	Unidad	1
9	LICUADORA	Unidad	2
10	HORNO	Unidad	1
11	CONGELADOR	Unidad	1
SUMINISTROS DE COCINA			
1	OLLAS Y CACEROLAS	Juego	6
2	OLLAS DE PRESIÓN	Unidad	1
3	SARTENES DE TEFLÓN	Juego	4
4	EXPRIMIDOR DE LIMONES	Unidad	4
5	RAYADORES	Unidad	2
6	CUCHARONES	Unidad	4
7	RECIPIENTES PLÁSTICOS	Unidad	10
8	TABLAS DE PICAR	Unidad	4
9	PICA HIELOS	Unidad	1
10	COLADORES	Juego	4
11	CUCHILLOS	Juego	4
MANTELERÍA			
1	PORTA SERVILLETAS DE MADERA	Unidad	7
2	SERVILLETAS DE TELA	Unidad	56
3	MANTELES DE TELA	Unidad	4
4	MANTELES DE TELA PARA MESA	Unidad	14
CUBERTERÍA			
1	CUBIERTOS	Juego	28
CRISTALERÍA			

1	COPAS DE AGUA	Juego	28
2	VASOS	Unidad	30
3	TAZAS	Unidad	30
4	JARRAS	Unidad	7
5	VAJILLAS	Juego	48
MOBILIARIO PARA COMEDOR			
1	SILLAS	Unidad	30
2	MESAS 75 cm * 75 cm	Unidad	9
3	MESA PUNTO PAGO	Unidad	1
EQUIPOS Y ENSERES PARA ADMINISTRACIÓN			
1	GENERADOR 20 HP	Unidad	1
2	COMPUTADORA	Unidad	1
3	MÁQUINA REGISTRADORA	Unidad	1
4	IMPRESORA	Unidad	1
SUMINISTROS DE OFICINA (Tiempo de uso: 3 años)			
1	GRAPADORA	Unidad	1
2	TELÉFONO	Unidad	1
3	PERFORADORA	Unidad	1
4	ROLLOS DE PAPEL (RECIBO)	Unidad	1
MATERIALES DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO (Tiempo de uso: 6 meses)			
1	ESCOBA	Unidad	4
2	BASURERO	Unidad	4
PRODUCTOS DE LIMPIEZA (Tiempo de uso: 6 meses)			
1	TOALLAS DESECHABLES	Docenas	4
2	DISPENSADOR DE JABÓN	Docenas	4
3	PAPEL HIGIÉNICO	Docenas	4
4	JABONES LÍQUIDOS	Docenas	4
5	FUNDAS PLÁSTICAS	Docenas	4
EQUIPOS DE SEGURIDAD (Tiempo de uso: 6 años)			
3	EXTINTOR	Unidad	2

3.1.21. Normativa de las materias primas

Las normativas a tomarse en cuenta son las siguientes:

- Revisión del estado de los productos previo al proceso de adquisición.
- Utilizar las correctas técnicas durante los procesos de compra, transporte y almacenamiento de los alimentos.
- Seguir cuidadosamente las instrucciones de la preparación, para conservar el sabor, tradición y calidad de los alimentos.

3.1.22. Tipo de sistema de producción

El restaurante como se detalla en el punto anterior, usará materia prima de utilización inmediata. Es por esta razón que el sistema de producción será el siguiente:

- Una vez receptados los alimentos de compra diaria, serán distribuidos y correctamente almacenados hasta la llegada de los encargados de cocina.
- De acuerdo a los recetarios, se llevará a cabo la preparación previa de los alimentos para luego ser cocinados.
- Se empieza la preparación de acorde a la llegada de los clientes para salvaguardar la frescura y buen sabor de la comida.

3.2.23. Segmentación del mercado

El segmento de mercado a quien se encuentra dirigida la oferta está comprendido por personas de clase media y media alta; personas que laboran en instituciones públicas o privadas y poseen un negocio propio. Sus edades fluctúan entre 26 y 45 años. Es el segmento de mercado que se encuentra dentro de la población económicamente activa y facilita la posibilidad de compra del servicio que se ofrece.

3.2.24. Diseño del restaurante.

Para el diseño del restaurante se consideró el cálculo de la capacidad de asientos conociendo el área donde se construirá el restaurante.

Se determinaron los espacios para el salón y cocina aplicando la regla del porcentaje: al área asignada se aplica el 60% para el comedor y el 40% para la cocina.

$$\text{Espacio} = \text{Área Total} \times \left(\frac{\%}{100}\right)$$

Áreas del restaurante:

- Comedor aplicando las formulas indicadas para el diseño del área se establece de la siguiente manera:

$$\text{Espacio} = 105 \text{ m}^2 * \left(\frac{60\%}{100}\right)$$

$$\text{Espacio} = 63 \text{ m}^2$$

- **Cocina** se establece de la siguiente manera:

$$\text{Espacio} = 105 \text{ m}^2 * \left(\frac{40\%}{100}\right)$$

$$\text{Espacio} = 42 \text{ m}^2$$

- **Baños** consta de 2 baños para hombres y para mujeres con un área de $1,2 \text{ m}^2 * 1,2 \text{ m}^2$ cada uno.
- **Administración** tiene un área de $2,50 \text{ m}^2 * 1,50 \text{ m}^2$

Descripción del mobiliario del comedor

Mesas

Cada una tendrá una medida de 75 cm x75 cm las mismas tienen una capacidad para 4 pax, se las puede adecuar para dos sillas o unir las entre sí para un grupo de 6 ó 8 personas.

Sillas

La anchura de los asientos está entre 0,43 m y 0,54 m y la altura del asiento está condicionada por la de la mesa de modo que la diferencia entre ambas sea de 0,30 m, como la altura de la mesa es 0,75 el asiento en tanto es de 0,45.

Cocina

Se acondicionará esta sección con el siguiente equipamiento, el mismo que consta de: cocina industrial, extractor de olores, refrigerador, congelador, cocina industrial y tanque de gas industrial.

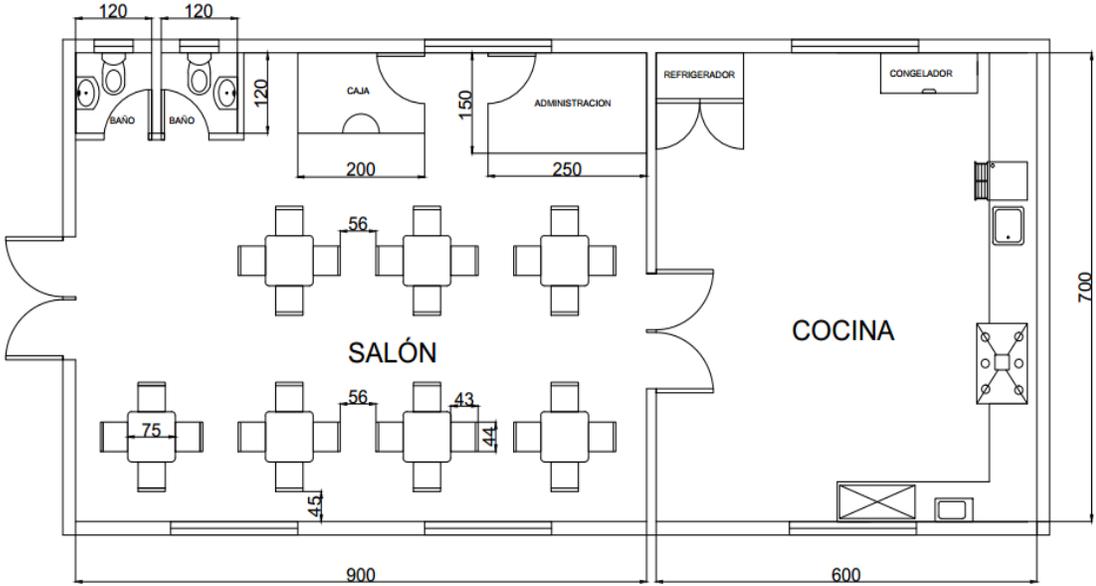
Baños

Se ubican en el comedor, consta de dos baños: hombres y mujeres, deberán permanecer siempre con los implementos necesarios dispensador de papel, y papel higiénico, dispensador de jabón con su respectivo jabón líquido.

Administración

Es el área destinada para manejo de talento humano y contabilidad, papelería y

archivos de restaurante: comandas, recibo de compras, pedidos, facturas por pagar, facturas por cobrar entre otros.



CAPÍTULO IV

4.1. Análisis financiero

4.1.1. Costo de producción.

Tabla 16

PRODUCCIÓN				
PRODUCTOS	CANTIDAD / DÍA	PRODUCCIÓN / MES	PROD ANUAL	%
Maito de Cachama	56	1680	20.160,00	90.720,00
Mayones	50	1500	18.000,00	72.000,00
Tilapia con Palmito	48	1440	17.280,00	86.400,00
Caldo de Campeche	90	2700	32.400,00	145.800,00
Casabe	40	1200	14.400,00	64.800,00
TOTAL	284	8520		459.720,00

4.1.2. Ingresos por ventas.

Tabla 17

INGRESOS POR VENTAS-DIA			
PRODUCTOS	CANTIDAD	PRECIO /UNIDAD	TOTAL(USD)
Maito de Cachama	56	4,5	252,00
Mayones	50	4	200,00
Tilapia con Palmito	48	5	240,00
Caldo de Campeche	90	4,5	405,00
Casabe	40	4,5	180,00
INGRESO TOTAL POR VENTAS ANUALES			466.105,00

4.1.3. Inversiones y Depreciación

Tabla 18

TABLA DE INVERSIONES							
TIPOS	ITEMS	CANTIDAD	U.	V.UNITARIO	VALOR TOTAL	TIEMPO DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACION ANUAL
EQUIPO DE COCINA	Aire acondicionado	1,00	u	600,00	600,00	5	120,00
	Batidora	1,00	u	30,00	30,00	3	10,00
	Campana	1,00	u	70,00	70,00	5	14,00
	Cilindro de gas	2,00	u	90,00	180,00	5	36,00
	Cocina industrial	2,00	u	150,00	300,00	5	60,00
	Congelador	1,00	u	600,00	600,00	5	120,00
	Extractor de olores	2,00	u	95,00	190,00	5	38,00
	Extintor	2,00	u	75,00	150,00	3	50,00
	Licuada	2,00	u	60,00	120,00	3	40,00
	Manguera	10,00	m	1,50	15,00	2	7,50
	HORNO INDUSTRIAL	1,00	u	150,00	150,00	5	30,00
	Microondas	1,00	u	80,00	80,00	3	26,67
	Refrigerador	1,00	u	600,00	600,00	5	120,00
	Válvula industrial para	2,00	u	7,00	14,00	2	7,00
	SUMINISTROS DE COCINA	Coladores	4,00	u	1	4,00	1
Cucharones		4,00	u	2	8,00	2	4,00
Cuchillos		4,00	u	2	8,00	2	4,00
Exprimidor de limón		2,00	u	1	2,00	2	1,00
Juego de ollas		6,00	u	50	300,00	3	100,00
Juego de sartenes de teflón		4,00	u	30	120,00	3	40,00
Ollas de presión		1,00	u	105	105,00	3	35,00
Pica hielos		1,00	u	14	14,00	1	14,00
Rayador		2,00	u	3	6,00	1	6,00
Recipientes plasticos		10,00	u	1,5	15,00	2	7,50
Tablas de picar		4,00	u	3	12,00	3	4,00
MOBILIARIO PARA COMEDOR	Aparadores	1,00	u	180	180,00	5	36,00
	Mesa de trabajo de cocina	1,00	u	200	200,00	5	40,00
	Mesas de comedor	7,00	u	120	840,00	5	168,00
	Mueble punto pago	1,00	u	150	150,00	5	30,00
	Sillas	30,00	u	70	2.100,00	5	420,00
MANTELERÍA	Manteles de tela para mesas	14,00	u	20	280,00	3	93,33
	Manteles de cocina	4,00	u	5	20,00	3	6,67
	Porta servilletas	7,00	u	4	28,00	3	9,33
	Servilletas de tela	56,00	u	3	168,00	3	56,00
CUBERTE RÍA Y CUCHARA	Cucharas	50,00	u	1,5	75,00	5	15,00
	Juego de cubiertos	50,00	u	3	150,00	4	37,50
CRISTALERÍA	Vasos	30,00	u	1,5	45,00	2	22,50
	Jarras	7,00	u	5	35,00	4	8,75
	Juegos de Vajilla	48,00	u	4	192,00	4	48,00
	Tazas	30,00	u	1,5	45,00	4	11,25
EQ. DE ADMINISTRACIÓN	Computadora	1,00	u	850	850,00	3	283,33
	Impresora	1,00	u	100	100,00	3	33,33
			u	100		3	
TOTAL INVERSION FIJA		409,00			9.151,00		2.217,67

4.1.4. Costos de producción.

4.1.5. Financiamiento

Tabla 19

COSTO DE PRODUCCIÓN DEL RESTAURANT GASTO ADMINISTRATIVO

	mensual	anual		MENSUAL	ANUAL
MOD	24.197,94	290.375,23	NOMINA	554,73	6.656,80
MPD	11.988,90	143.866,80	DEPRECIACIÓN	26,39	316,67
GGF	813,61	9.446,60	MATERIALES Y SUM.	20,00	240,00
COSTO DE PRODUCCION	37.000,44	443.688,63	TOTAL	581,12	7.213,47

GASTO DE VENTAS

	MENSUAL	ANUAL
NOMINA		
PUBLICIDAD Y MARKETING	15	180
TOTAL VENTAS		180

Capital de trabajo para 1 mes

11.988,90

ACTIVO CORRIENTE

Capital de trabajo 11.988,90

Total Corriente 11.988,90

ACTIVO FIJO

Inversión total 9.151,00

Total activo fijo 9.151,00

ACTIVO DIFERIDO

Patente y permisos 80

TOTAL ACTIVO 21.219,90

CAPITAL A FINANCIARSE

4.1.5.1. Amortización

Tabla 20

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA			
Capital	21.139,90		
Plazo	5		
Tasa de interés	6%		
DIVIDENDOS	SALDOS	INTERÉS	CAPITAL + INTERÉS
4.227,98		1.268,39	5.496,37
4.227,98	16.911,92	1.014,72	5.242,70
4.227,98	12.683,94	761,04	4.989,02
4.227,98	8.455,96	507,36	4.735,34
4.227,98	4.227,98	253,68	4.481,66
	-		

4.1.6. Estado de perdidas y ganancias

Tabla 21

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS								
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	%
VENTAS	\$ 1.812.527,37	466.105,00	466.105,00	466.105,00	466.105,00	466.105,00	466.105,00	100%
COSTO DE PRODUCCION	\$ 1.725.357,57	443.688,63	443.688,63	443.688,63	443.688,63	443.688,63	443.688,63	95%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		22.416,37	22.416,37	22.416,37	22.416,37	22.416,37	22.416,37	5%
GASTOS ADMINISTRATIVO		7.213,47	7.213,47	7.213,47	7.213,47	7.213,47	7.213,47	2%
GASTINTASO DE VENTAS		180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	0,04%
UTILIDAD OPERACIONAL		15.022,90	15.022,90	15.022,90	15.022,90	15.022,90	15.022,90	3%
GASTO FINANCIERO		1.268,39	1.014,72	761,04	507,36	253,68		0%
UTILIDAD ANTES DE IMP Y TRAB		13.754,51	14.008,19	14.261,86	14.515,54	14.769,22	15.022,90	3%
15% UTILIDAD A TRAB	15%	2.063,18	2.101,23	2.139,28	2.177,33	2.215,38	2.253,44	0%
UTILIDAD ANTES DE IMP		11.691,33	11.906,96	12.122,59	12.338,21	12.553,84	12.769,47	3%
22% DE IMPUESTO A LA RENTA	22%	2.572,09	2.619,53	2.666,97	2.714,41	2.761,84	2.809,28	1%
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		9.119,24	9.287,43	9.455,62	9.623,81	9.791,99	9.960,18	2%

4.1.7. Flujo de caja proyectado.

Tabla 22

FLUJO DE CAJA							
	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	AÑO6
INVERSION INICIAL	21.219,90						
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		9.119,24	9.287,43	9.455,62	9.623,81	9.791,99	9.960,18
DEPRECIACION		2.217,67	2.193,67	2.117,67	1.330,00	1.235,75	-
AMORTIZACION		4.227,98	4.227,98	4.227,98	4.227,98	4.227,98	
VALOR RESIDUAL							11.988,90
FLUJO DE CAJA EFECTIVO	(21.219,90)	7.108,93	7.253,11	7.345,30	6.725,83	6.799,76	9.960,18
FLUJO ACUMULADO	(21.219,90)	(14.110,97)	(6.857,86)	487,44	7.213,27	14.013,03	23.973,22

VAN =	\$ 7.606,44	14%
TIR =	26%	
C/B =	\$ 1,05	A LOS 3 AÑOS SE RECUPERA LA INVERSION

El valor del VAN es positivo, por tanto el Proyecto es factible

El VAN representa el valor presente a una tasa exigida del 14%, los flujos de efectivo que ingresan en los 6 años proyectados.

El TIR representa el % que estima ganar la inversión en el proyecto. Es un valor superior a la tasa activa bancaria.

Conclusiones:

- Se ha detectado un gran número de demanda insatisfecha en cuanto a comida ecuatoriana, especialmente de tipo Amazónica en la ciudad de Nueva Loja.
- Los clientes potenciales en la ciudad de Nueva Loja, son de medio y alto poder adquisitivo debido a la presencia de empresas petroleras en la zona, pues una mayoría de personas laboran en estas empresas lo que hace viable la implementación del proyecto objeto de estudio.
- La propuesta de implementación de un restaurante de comida típica Amazónica con servicio de calidad tiene una buena aceptación, pues el 73 % de las personas a quienes se investigó están de acuerdo con la iniciativa.
- Sumando los esfuerzos por conservar la cultura de los pueblos ancestrales nacionales como parte de estos procesos se promueve la implementación de un restaurante de gastronomía típica amazónica.

Recomendaciones:

- Al administrador o propietario: tomar en cuenta los clientes potenciales en la ciudad de Nueva Loja, que son un alto porcentaje.
- Al administrador considera que los clientes potenciales en la ciudad de Nueva Loja, son de poder adquisitivo medio y alto debido a la presencia de empresas petroleras en la zona lo que hace viable la implementación del proyecto objeto de estudio por que aumenta la probabilidad de venta de los servicios.
- A los inversionistas: aplicar el plan de comercialización con la finalidad de realizar promoción y publicidad para que el restaurante logre posicionarse en el mercado.
- A los inversionistas se considere los planes de financiamiento otorgados por el Banco Nacional de Fomento para emprendimiento turístico con carácter de innovador como el presente proyecto que pretende conservar la riqueza cultura de los pueblos ancestrales nacionales.

Bibliografía

Agrio, G. L. (2014). *Nueva Loja*. Obtenido de <http://www.lagoagrio.gob.ec/nsite/index.php/lago-agrio/template-features/nueva-loja>

Censo, I. N. (2010). *Fascículo Provincial de Sucumbíos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/sucumbios.pdf>

Codeso. (s.f.). *Turismo en Nueva Loja*. Obtenido de <http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoNuevaLoja01.html>

Commons, C. (09 de 07 de 2014). *Método científico*. Obtenido de http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/mcientifico/

de, D. (2008). *Definición de método deductivo*. Obtenido de <http://definicion.de/metodo-deductivo/>

Ecuador, M. (19 de 09 de 2012). *MARAVILLAS NATURALES DE ECUADOR*. Obtenido de <http://miecuadorllrress.blogspot.com/2012/09/platos-tipicos-de-la-amazonia.html>

Ecuador, V. (2014). *Nueva Loja*. Obtenido de <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=456>

EcuadorExplorer.com. (2014). *La ciudad de Lago Agrio en Ecuador*. Obtenido de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/lago-agrio-nueva-loja.html>

Ecuadorianas, A. d. (2012). *Cantón Lago Agrio*. Obtenido de <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/56-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-sucumbios/196-canton-lago-agrio>

español, H. e. (s.f.). *Método descriptivo*. Recuperado el 08 de 08 de 2014, de www.ehowenespanol.com >

Predraz, A. (02 de Febrero de 2004). *Revisión bibliográfica*. Obtenido de <http://webpersonal.uma.es/~jmpaez/websci/BLOQUEI/Docul/Revision.pdf>

Press, W. (2000). *La observación*. Obtenido de <http://www.salgadoanoni.cl/wordpressjs/wp-content/uploads/2010/03/la-observacion.pdf>.

turismo, M. d. (2013). *La gastronomía ecuatoriana al alcance de todos*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/la-gastronomia-ecuatoriana-al-alcance-de-todos/>

ViajandoX. (2014). *Nueva Loja*. Obtenido de <http://www.viajandox.com/sucumbios/nueva-loja-canton.htm>

Anexos:

Fichas de atractivos turísticos.

2.1. FICHA DE ATRACTIVO “CALDO DE BOCACHICO”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	1
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CALDO DE BOCACHICO
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: NUEVA LOJA	DISTANCIA:	
	300	km a Quito
	658	km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

a. Calidad y presentación del producto

Es un caldo cuyo ingrediente principal es el pescado de río, denominado bocachico, esta variedad es muy apetecida por nativos y visitantes

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

b. Forma de preparación

Hacer un refrito con cebolla, cilantro, aceite, achiote, comino, caldo de gallina y sal, añadir agua y el pescado bocachico, agregar una ramita de cebolla blanca machacada, el tallo de apio y cilantro. Dejar cocer por 10 minutos, servir con yuca cocinada.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:

Diaria

ACUÁTICO:

No aplica

AÉREO:

No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: Todo el año

DÍAS AL MES: Todo el año

HORAS AL DÍA: Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros, entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS: Parque Ecológico Recreacional Lago Agrio

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO: Nacional

FOTO



2.2. FICHA DE ATRACTIVO “CALDO DE CAMPECHE”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	2
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CALDO DE CAMPECHE
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO:	NUEVA LOJA	DISTANCIA:	
	300	km a	Quito
	658	km a	Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

c. Calidad y presentación del producto

Es un caldo cuyo ingrediente principal es el pescado de agua dulce, denominado Campeche, esta variedad es muy apetecida por propios y extraños.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

d. Forma de preparación

Hervir el agua, agregar el pescado (Campeche) previamente lavado y con sal, por 20 minutos, hasta que el pescado esté blando, cocer la yuca sin sal en un recipiente aparte.

Servir el caldo, acompañado con la yuca cocinada o plátano.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:

Diaria

ACUÁTICO:

No aplica

AÉREO:

No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO: Todo el año

DÍAS AL MES: Todo el año

HORAS AL DÍA: Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros, entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Reserva de Producción Faunística Cuyabeno.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.3. FICHA DE ATRACTIVO “TILAPIA CON PALMITO”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	3
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	TILAPIA CON PALMITO
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: NUEVA LOJA	DISTANCIA:	
	300	km a Quito
	658	km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

e. Calidad y presentación del producto

Es un plato que consta de pescado de río o criadero frito se sirve acompañado con yuca de la zona y palmito.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

f. Forma de preparación

En las hojas de bijao colocar la tilapia previamente lavada, agregar el palmito picado con sal; envolver y atar con una fibra de toquilla, asar sobre la brasa o parrilla y voltearlo constantemente hasta que el maito esté liviano.

Servir acompañado de yuca o plátano.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año

HORAS AL DÍA:

Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA:

entubada y de río

Agua potable, pozos, tanqueros,

ENERGÍA ELÉCTRICA:

Sistema interconectado

ALCANTARILLADO:

Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Río Aguarico

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.4. FICHA DE ATRACTIVO “BOCA CHICO FRITO”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	4
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	BOCA CHICO FRITO
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO:	NUEVA LOJA	DISTANCIA:	
		300	km a Quito
		658	km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 320 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

g. Calidad y presentación del producto

Es una variedad de pescado que consume frito, se sirve acompañado de arroz, verde o yuca y ensalada, es muy apetecido a nivel local y nacional.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

h. Forma de preparación

Primero tomar en cuenta que el pescado este partido y bien lavado para posteriormente ser adobado con aliño, sal, limón y en aceite bien caliente freír, a continuación servir con patacones y ensalada de su preferencia.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros,
entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Río Aguarico

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.5. FICHA DE ATRACTIVO “MAITO DE CACHAMA”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	5
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	MAITO DE CACHAMA
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO:	NUEVA LOJA	DISTANCIA:	
	300	km a	Quito
	658	km a	Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

i. Calidad y presentación del producto

Una variedad de pescado bajo en calorías, presentado en hoja de bijao, se sirve con palmito.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

j. Forma de preparación

Lavar las cachamas y las hojas de bijao. Colocar las cachamas sobre las hojas de bijao espolvorear sal. Envolver y amarrar con una fibra de paja toquilla. Asar a la brasa colocado sobre la parrilla y volteando constantemente hasta que el maito o ayampaco esté liviano, con un tiempo aproximado de cocción 20-30 minutos.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros, entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Reserva de Producción Faunística Cuyabeno

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.7. FICHA DE ATRACTIVO “PALMITO CON YUCA”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	6
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	PALMITO CON YUCA
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO:	NUEVA LOJA	DISTANCIAS:	
	300	km a	Quito
	658	km a	Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

k. Calidad y presentación del producto

El palmito es cogollo de una especie de palmera, es una delicia sumamente apreciada, propia de la Amazonía.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

I. Forma de preparación

Sancochar el palmito con aceite y sal a fuego normal por 15 minutos, servir con yuca cocinada y choclo, utilizar como guarnición para un plato principal.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros,
entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Parque Ecológico Recreacional Lago Agrío.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.8. FICHA DE ATRACTIVO "CASABE"

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	7
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CASABE
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO:	NUEVA LOJA	DISTANCIAS:	
		300	km a Quito
		658	km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

m. Calidad y presentación del producto

Es un plato tradicional muy apetecido, un alimento muy consumido y su producto base la yuca es propio de la Amazonía.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

n. Forma de preparación

Es una masa delgada y circular hecho de harina de yuca, este se aza en un tiesto el ingrediente principal es la yuca.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros,
entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Río Aguarico

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.9. FICHA DE ATRACTIVO “MAYONES”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	8
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	MAYONES
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: NUEVA LOJA	DISTANCIAS:	
	300 km a Quito	300 km a Quito
	658 km a Guayaquil	658 km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

o. Calidad y presentación del producto

Los pinchos más consumidos a nivel Amazónico, resulta un alimento muy exótico para los extraños.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

p. Forma de preparación

Colocar los mayones en un palo de bambú, agregar sal y poner al carbón por 5 minutos. Servir al igual que el pincho.

Servir con chicha de yuca o chonta.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros, entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Reserva biológica Limoncocha.

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.10. FICHA DE ATRACTIVO “CHONTA DURO”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	9
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Fernando Klinger
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	CHONTA DURO
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: NUEVA LOJA	DISTANCIAS:	
	300 km a Quito	300 km a Quito
	658 km a Guayaquil	658 km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

q. Calidad y presentación del producto

Delicioso y exótica la chonta representa la carta de presentación para los nativos del oriente ecuatoriano.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

r. Forma de preparación

Lavar la chonta y cocer en agua por 45 minutos, servir caliente acompañado de una taza de café u otros. Otra forma de prepararla es pelar la chonta, cortar y sacar la pepa, en una sartén colocar la mantequilla y sal; sofreír por 15 minutos; obtendrá una chonta dura chocante.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año

HORAS AL DÍA:

Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA:

entubada y de río

Agua potable, pozos, tanqueros,

ENERGÍA ELÉCTRICA:

Sistema interconectado

ALCANTARILLADO:

Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Parque Ecológico Recreacional Lago Agrio

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.11. FICHA DE ATRACTIVO “TORTILLA DE HUEVO DE CHARAPA”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	10
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	TORTILLA DE HUEVO DE CHARAPA
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: NUEVA LOJA	DISTANCIAS:	
	300 km a Quito	300 km a Quito
	658 km a Guayaquil	658 km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

s. Calidad y presentación del producto

Una tortilla exquisita con huevos de las tortugas pequeñas, es muy agradable.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

t. Forma de preparación

Romper los huevos de charapa y se vierten en un recipiente agregar sal y batir hasta conseguir una mezcla homogénea y levemente espumosa. En un sartén con muy poco aceite, este debe estar muy caliente para posteriormente verter los huevos batidos, luego moviendo la sartén, se reparte la mezcla procurando que cubra el fondo de la sartén y cuando está ligeramente cocida, la vamos enrollando con la ayuda de una espátula o tenedor

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros,
entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Río Aguarico

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



2.12. FICHA DE ATRACTIVO “AJÍ DE CAMPO”

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO:	11
ENCUESTADORES:	Azucena Pérez
SUPERVISOR EVALUADOR:	Lic. Mariela Pinos
FECHA:	15 de octubre de 2014
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	AJÍ DE CAMPO
CATEGORÍA:	Manifestaciones Culturales
TIPO:	Etnografía
SUBTIPO:	Comida Típica
NIVEL DE JERARQUIZACIÓN:	II

UBICACIÓN

PROVINCIA:	Sucumbíos
CIUDAD y/o CANTÓN:	Nueva Loja
LOCALIDAD:	
LATITUD:	0.08472
LONGITUD:	-76.88278

CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO

POBLADO: NUEVA LOJA	DISTANCIAS:	
	300 km a Quito	300 km a Quito
	658 km a Guayaquil	658 km a Guayaquil

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 300 m.s.n.m.

TEMPERATURA: entre 25°C

PRECIPITACIÓN: 3477 mm/año

u. Calidad y presentación del producto

Este delicioso ají es preparado con ingredientes locales y es muy apetecido.

b. Instalaciones existentes

Plato común de la zona, se encuentra en los lugares de expendio de alimentos.

v. Forma de preparación

Licúe el ají, el maní, la sal con la leche y el agua, debe darle una mezcla espesa; cuando esté bien licuado ponga en un recipiente, agrega cebolla paiteña, blanca, tomate, aceite, hierbita, licue todo y listo.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO): Tradición gastronómica del pueblo amazónico, en el que se utiliza productos de la zona.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Las comunidades asentadas en el cantón lo realizan cotidianamente.

ENTORNO:

Alterado

CAUSAS:

Consumo de platos no tradicionales

APOYO

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

VÍAS

TERRESTRE:	Diaria
ACUÁTICO:	No aplica
AÉREO:	No aplica

TEMPORALIDAD DE ACCESO

DÍAS AL AÑO:	Todo el año
DÍAS AL MES:	Todo el año
HORAS AL DÍA:	Todo el año

OBSERVACIONES:

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Agua potable, pozos, tanqueros,
entubada y de río

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico, alcantarillado.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Reserva de Producción Faunística Cuyabeno

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

Nacional

FOTO



ANEXO 2: Menú



CALDO DE BOCACHICO.....	3.50
CALDO DE CAMPECHE.....	4.00
TILAPIA CON PALMITO.....	4,50
BOCA CHICO FRITO.....	5,00
MAITO DE CACHAMA.....	4,00
PALMITO CON YUCA.....	3,50
CASABE.....	4,50
MAYONES.....	3,50
CHONTA DURO.....	3,50
TORTILLA DE HUEVO DE CHARAPA.....	3,50
PAPA CHINA.....	3.00

ANEXO 3: Cuestionario de encuesta



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

Señor(a), con el propósito de estar realizando el tema de tesis denominado IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE DE GASTRONOMÍA TÍPICA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS. Solicito a usted gentilmente se digne colaborar con el desarrollo de la presente encuesta.

INSTRUCCIÓN: Las preguntas contienen opciones a elegir, como respuesta marque con una X, la opción que exprese su pensamiento.

DATOS GENERALES

1.- **Género:** Masculino Femenino

2.- Edad:

De 18-25 años De 26-35 años De 36-45
De 46-55 años De 56 en adelante

DATOS ESPECÍFICOS:

1.- ¿Del siguiente listado de tipos de comida cuál es la de mayor preferencia? (Valores del 1 al 5, siendo 1 el más importante)

COMIDA	1	2	3	4	5
Rápida					
Vegetariana					
Típica Amazónica					
Típica ecuatoriana					
Internacional					

Otro tipo de comidas ¿Cuál especifique?

.....

2. Del siguiente listado de comida típica de la Amazonía ¿Qué plato típico le gusta o es el que más consume?

Comida típica Amazónica	1	2	3	4	5
Caldo de bocachico					
Caldo de campeche					
Tilapia con palmito					
Boca chico frito					
Maito de cachama					
Palmito con yuca					
Casabe					
Mayones					
Chonta duro					
Tortilla de huevo de charapa					

Otro tipo de comida típica de la Amazonía ¿Cuál especifique?

.....

3.- ¿Por qué usted consume comida típica Amazónica? (Valores del 1 al 5, siendo 1 el más importante)

Razones	1	2	3	4	5
Precio					
Sabor					
Presentación					
Tradición					
Valor nutricional					

Otras razones. ¿Cuál especifique?

.....

4.- Con qué frecuencia consume usted comida típica de la Amazonía ecuatoriana.

FRECUENCIA

Diario	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Paseos	<input type="checkbox"/>
Ocasional	<input type="checkbox"/>
Por fiestas	<input type="checkbox"/>

Otras ¿Cuál especifique?

.....

5.- ¿Con qué bebida acompaña por lo general un plato típico de la Amazonía?

BEBIDA

Jugo

Chicha

Cola

Cerveza

Agua

Otras ¿Cuál especifique?

.....

6.- ¿En compañía de quien se sirve la comida típica Amazónica?

Solo

En pareja

Familia

Amigos

Otro ¿Cuál especifique?

.....

7.- De los puntos detallados a continuación, cuál cree usted que influye más en el momento de realizar su compra

Precio

Variedad

Calidad

Lugar

Rapidez

Servicio

Ambiente

Otras ¿Cuál especifique?

.....

8.- ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por un plato típico?

DÓLARES

2,00 a 4,00

4,50 a 6,00

6,00 a 12,00

Más de 15,00

9- Conoce otros restaurantes que ofrezcan este tipo de comida de forma habitual

Si No

10. ¿Al implementarse un restaurante de comida típica exclusivamente de la amazonia estaría dispuesto a consumir este tipo de alimentación?

Si No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: Detalle de gastos de implementación del restaurante

Costos

Tabla 23

CALDO DE CAMPECHE			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR	TOTAL
2grs.	Ajo	0,02	0,02
½lb.	Campeche	0,88	0,88
1	Cebolla	0,10	0,10
2grs.	Cilantro	0,03	0,03
1	Limon	0,05	0,05
2grs.	Oregano	0,02	0,02
1/8.	Palmito	0,50	0,50
3grs.	Pimienta	0,01	0,01
5grs.	Sal	0,01	0,01
1	Tomate	0,10	0,10
1	Verde	0,10	0,10
1/4.	Yuca	0,10	0,10
TOTAL COSTO PORCIÓN CALDO DE C			1,92
PRECIO DE VENTA DEL PLATO DE CALDO DE CAMPECHE			4,00

Tabla 24

MAITO DE CACHAMA			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR	TOTAL
3grs.	Ajo	0,03	0,03
½lb.	Cachama	1,00	1,00
1/2fda.	Carbón	0,25	0,25
1	Limon	0,05	0,05
5grs.	Sal	0,01	0,01
1	Tomate	0,05	0,05
1/4.	Yuca 0.10	0,10	0,10
TOTAL COSTO PORCIÓN MAITO DE CA			1,49
PRECIO DE VENTA DEL PLATO DE MAITO DE CACHAMA			4,00

Tabla 25

TILAPIA CON PALMITO			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR	TOTAL
5 mls.	Aceite	0,03	0,03
3grs.	Ajo	0,03	0,03
1	Cebolla	0,10	0,10
1	Limon	0,05	0,05
1/8.	Palmito	0,50	0,50
3grs.	Pimienta	0,01	0,01
5grs.	Sal	0,01	0,01
½lb.	Tilapia	1,00	1,00
½	Tomate	0,10	0,10
1	Verde	0,10	0,10
1/4.	Yuca	0,10	0,10
TOTAL COSTO PORCIÓN TILAPIA CON			2,03
PRECIO DE VENTA DEL PLATO DE TILAPIA CON PALMITO			4,50

Tabla 26

CASABE			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR	TOTAL
05grs.	Sal	0,01	0,01
½ lb.	Yuca	0,15	0,15
TOTAL COSTO PORCIÓN DE CASABE			0,16
PRECIO DE VENTA DE CASABE			2,50

Tabla 27

MAYONES			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR	TOTAL
10mls.	Aceite	0,03	0,03
½ fda.	Carbón	0,25	0,25
5	Mayones	0,50	0,50
1	Palillo	0,01	0,01
05grs.	Sal	0,01	0,01
TOTAL COSTO PORCIÓN DE MAYONES			0,80
PRECIO DE VENTA DE MAYONES			3,50

Tabla 28

SUELDOS									
CARGO	Nº COLABORADORES	BÁSICO	XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE IESS	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
ADMINISTRADOR (A)	1	400,00	33,33	22,00	33,33	16,67	49,40	554,73	6.656,80
COCINERO (A)	1	380,00	31,67	22,00	31,67	15,83	46,93	528,10	6.337,16
AYUDANTE DE COCINA	1	356,00	29,67	22,00	29,67	14,83	43,97	496,13	5.953,59
MESERO (A)	1	356,00	29,67	22,00	29,67	14,83	43,97	496,13	11.907,18
TOTAL								2.075,10	30.854,74

Tabla 29

INSUMOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO

MATERIALES DE ASEO	CANTIDAD	PRECIO / UNIDAD	VALOR MES	VALOR AÑO
Papel higiénico	5	0,5	2,50	30,00
Desinfectante	1	2,5	2,50	30,00
Cloro liquido	1	2	2,00	24,00
Abrillantador de muebles	1	4	4,00	48,00
Detergentes	1	2	2,00	24,00
Escobas	1	2	2,00	24,00
Trapeadores	1	2	2,00	24,00
Sorbetes	1	0,5	0,50	6,00
Palillos	1	0,3	0,30	3,60
Otros	1	2	2,00	24,00
TOTAL			19,80	237,60

Tabla 30
Gastos generales

COSTOS FIJOS		
LAT	80	960
GAS	9	108
ARRIENDO	500	6000
MANTENIMIENTO	20	240

GASTOS GENERALES		
GGF	MENSUAL	ANUAL
MOI	-	-
MPI	19,80	237,60
Depreciación	184,81	1.901,00
Seguros		
LAT	80	960
Gas	9	108
Arriendo	500	6000
Mantenimiento	20	240
TOTAL	813,61	9.446,60

