



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

TITULO:

“Diseño del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, mediante la elaboración del plan de negocios para fortalecer el turismo gastronómico de la Parroquia El Dorado, Cantón Cascales, Provincia de Sucumbíos”

TESIS PREVIA A OBTENER EL TITULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN
TURISTICA

Autor: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Director: Ing. Edison Vinicio Espinoza Bailón MAE.

Loja - Ecuador

2017

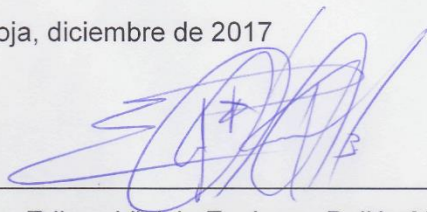
Ing. Edison Vinicio Espinoza Bailón Mg.sc.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA Y DIRECTOR DE TESIS:

CERTIFICA

Que la tesis titulada: “**DISEÑO DEL RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS “EL BUEN SABOR”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER EL TURISMO GASTRONÓMICO DE LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**”, de autoría del señor postulante de la carrera de Administración Turística, presentado por **PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN**, ha sido dirigida, revisada y aprobada en su integridad, por lo que autorizo su presentación y publicación.

Loja, diciembre de 2017



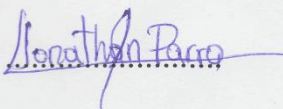
Ing. Edison Vinicio Espinoza Bailón Mg.sc.
DIRECTOR DE TESIS

AUTORIA

Yo, **PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN**, declaro ser autor del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTOR: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

FIRMA: 

CÉDULA: 092891593-3

FECHA: Loja, diciembre del 2017

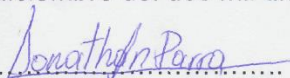
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN declaro ser autor de la Tesis titulada: "DISEÑO DEL RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS "EL BUEN SABOR", MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER EL TURISMO GASTRONÓMICO DE LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN CÁSCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS", Como requisito para optar al Grado de: **Ingeniero en Administración Turística** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 12 días del mes de diciembre del dos mil diecisiete, firma el autor.

FIRMA: 

AUTOR: PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN

CÉDULA: 0928915933

DIRECCIÓN: Lago Agrio Av. 12 de Febrero y Amazonas

CORREO ELECTRÓNICO: jonathan7@live.com

TELÉFONO: CÉLULAR: 0959682620

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Edison Vinicio Espinoza Bailón Mg.sc.

TRIBUNAL DE GRADO:

Dra. Mg. Sc. Rocio Toral Tinitana (Presidente)

Ing. Mg. Sc. Karina Morillo Ramón (Vocal)

Inf. Mg. Sc. Melva de Jesús Jaramillo Hidalgo (Vocal)

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con mucho afecto a mis padres, quienes con su ejemplo de superación supieron brindarme todo el apoyo para la culminación de mi carrera profesional.

A mi familia y amigos (as) quienes me apoyaron incondicionalmente para seguir luchando cada día y lograr mis metas propuestas.

PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a todos quienes hicieron posible la culminación de la presente investigación.

Mi agradecimiento muy especial a mí Director de Tesis. Ing. Edison Espinoza Mg.sc., quien me apoyó en todo momento, con sugerencias en el desarrollo de la fase de campo, análisis de datos y en la dirección y revisión de este trabajo.

A la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a través de la Carrera de Administración Turística, donde obtuve los conocimientos técnicos que han contribuido a mi formación profesional.

A los miembros del tribunal calificador de la tesis, por sus valiosas sugerencias en el presente trabajo de investigación.

También dejar constancia de mi agradecimiento a mi familia, por sus valiosas sugerencias y conocimientos impartidos en el desarrollo del presente trabajo.

PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN

1. TÍTULO

“DISEÑO DEL RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS “EL BUEN SABOR”,
MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA
FORTALECER EL TURISMO GASTRONÓMICO DE LA PARROQUIA EL
DORADO, CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”

2. RESÚMEN

La presente investigación titulada: “DISEÑO DEL RESTAURANTE DE COMIDAS TÍPICAS “EL BUEN SABOR”, MEDIANTE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA FORTALECER EL TURISMO GASTRONÓMICO DE LA PARROQUIA EL DORADO, CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”. Se desarrolló con la finalidad de dinamizar la oferta turística gastronómica del cantón Cáscales.

Para la realización del proyecto se estableció como objetivo general: Determinar la factibilidad financiera para la implementación de un restaurante de comidas típicas amazónicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos a través de la Elaboración de un Plan de Negocio; para dar cumplimiento a este objetivo se plantearon cinco objetivos específicos: Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio para establecer el restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos. Determinar las condiciones de oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos. Determinar el tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para la propuesta de inversión. Realizar el estudio financiero que permita determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados de la propuesta de inversión. Y finalmente realizar la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores financieros determinar la factibilidad de inversión.

Para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos fue necesario aplicar métodos y técnicas apropiadas, así, para el primer objetivo específico se utilizó el método analítico el mismo que permitió realizar un análisis a fin de conocer la situación actual del área de estudio y su entorno geográfico, económico y social. Utilizando fuentes de consulta primarias y secundarias.

En lo referente al segundo objetivo específico se desarrolló el análisis de la oferta y demanda del proyecto, a través de la recolección de información de la demanda, se determinó el perfil del turista, se obtuvo la demanda potencial de la población económicamente activa y de los turistas nacionales e internacionales, así mismo se empleó una encuesta, dirigida a un grupo de 384 personas, permitiendo a la vez conocer las necesidades y las preferencias del mercado.

Para abordar el tercer objetivo se diseñó la idea del negocio y la implementación de la infraestructura para el servicio de alimentación, piscina, canchas, juegos infantiles, se elaboró la misión, visión, logotipo, slogan, estructura organizacional, funciones del personal se elaboró el

diagrama del proceso para servicio de alimentación; se aplicó los método inductivo y deductivo los mismos que sirvieron para simplificar la información.

En el cuarto objetivo; se realizó el estudio financiero determinando los montos económicos necesarios para la inversión inicial del proyecto así como las vías a través de las cuales se financiará el proyecto. También se analizaron los indicadores de activos fijos, activos diferidos, activo circulante o capital de trabajo, mano de obra directa, materiales indirectos, menaje, indumentaria, servicios básicos, costos de operación, útiles de oficina, útiles de aseo, gasto de ventas, activo circulante, financiamiento.

En el quinto objetivo; se abordaron los criterios de evaluación para conocer la viabilidad del plan de negocios se obtuvo el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno; la relación Beneficio Costo y Periodo de Recuperación de Capital.

Luego del trabajo realizado se concluye que la situación del entorno es ventajosa para crear una nueva opción de turismo gastronómico, además se determinó desde el punto de vista técnico, administrativo y financiero que la propuesta es viable y rentable.

Finalmente se plantean recomendaciones principalmente orientadas a la implementación del presente proyecto y a su correcto manejo para lo cual se elabora el presente trabajo de investigación como sustento de la investigación realizada. Por lo que se recomienda al propietario su ejecución.

ABSTRACT

The present investigation entitled: "DESIGN OF THE RESTAURANT OF TYPICAL MEALS" THE GOOD TASTE ", THROUGH THE ELABORATION OF THE BUSINESS PLAN, TO STRENGTHEN THE GASTRONOMIC TOURISM OF THE PARISH EL DORADO, CANTON CASCALES, PROVINCE OF SUCUMBIOS. It was developed with the aim of boosting the gastronomic tourist offer of the canton Cáscales.

For the realization of the project was established as a general objective: Determine the financial feasibility for the implementation of a restaurant of typical Amazonian food "EL BUEN SABOR", in El Dorado Parish, Cantón Cáscales, Province of Sucumbíos through the elaboration of a Business plan; To fulfill this objective, five specific objectives were established: Determine the situational diagnosis of the study area to establish the typical food restaurant "EL BUEN SABOR", in El Dorado Parish, Cantón Cáscales, Province of Sucumbíos. Determine the conditions of supply and demand for the implementation of the typical food restaurant in El Dorado Parish, Cantón Cáscales, Province of Sucumbíos. Determine the size and location, project engineering and organizational design for the investment proposal. Carry out the financial study that allows to determine the amount of the investments, the sources of financing, the cost of the products and the expected income of the investment proposal. And finally perform the financial evaluation to calculate the feasibility of investment through the calculation of financial indicators.

In order to comply with each of the objectives, it was necessary to apply appropriate methods and techniques, thus, for the first specific objective, the analytical method was used, which allowed an analysis to be carried out in order to know the current situation of the study area and its surroundings. geographic, economic and social. Using primary and secondary query sources.

Regarding the second specific objective, the analysis of the supply and demand of the project was developed, through the collection of demand information, the profile of the tourist was determined, the potential demand of the economically active population and the national and international tourists, likewise a survey was used, directed to a group of 384 people, allowing at the same time to know the needs and preferences of the market.

To address the third objective was designed the business idea and the implementation of the infrastructure for the food service, swimming pool, playgrounds, children's games, the mission, vision, logo, slogan, organizational structure, functions of the staff were elaborated. process diagram for food service; the inductive and deductive methods were applied, which served to simplify the information.

In the fourth objective; the financial study was carried out, determining the economic amounts necessary for the initial investment of the project as well as the means through which the project will be financed. We also analyzed the indicators of fixed assets, deferred assets, current assets or working capital, direct labor, indirect materials, household goods, clothing, basic services, operating costs, office supplies, cleaning supplies, sales expenses, current assets, financing.

In the fifth objective; as evaluation criteria to know the viability of the business plan, the Net Present Value, the Internal Rate of Return, was obtained; the cost benefit ratio and the capital recovery period.

After the work done it is concluded that the situation of the environment is advantageous to create a new option of gastronomic tourism, in addition it was determined from the technical, administrative and financial point of view that is viable and profitable.

Finally, recommendations are mainly aimed at the implementation of this project and its proper management for which the present research work is prepared as a basis for the research carried out. Therefore, the owner is recommended to execute it.

3. INTRODUCCIÓN

Los restaurantes de comidas típicas, integran un espacio del territorio en el que puede intervenir la población, realizando actividades que difunden la riqueza gastronómica del país, región y localidad, brindando la oportunidad para fortalecer la dinamización de la actividad económica, además de identificar nuevas oportunidades para los habitantes locales.

El cantón Cáscales es uno de los sectores de la amazonia ecuatoriana que más llama la atención turísticamente, es conocido por tener posibilidades para atraer el turismo cultural, ya que cuenta con costumbres, tradiciones, arqueología, petroglifos ancestrales y recursos naturales como; cascadas, ríos etc., situada en la provincia de Sucumbíos y en límite fronterizo con la Provincia de Napo, cuenta con gran afluencia de turistas ya que ofrece una gama de recursos y actividades turísticas placenteras que satisfacen el deseo y necesidad del Turista.

La parroquia El Dorado y el cantón Cáscales, localizados en la provincia de Sucumbíos, no cuentan con infraestructura necesaria para poder explotar el turismo gastronómico, en vista de muchos problemas de orden burocrático enunciando los siguientes: Poca apertura crediticia para los micro emprendimientos, falta de apoyo gubernamental, poca efectividad en el control y aplicación de leyes, no hay incentivos económicos para fomentar la consecución de micro empresas que se dediquen al fortalecimiento del turismo, los atractivos turísticos no cuentan con información, falta de planes de marketing que ayuden a impulsar el turismo, desconocimiento de leyes y reglamentos para poder ser parte de la matriz productiva, escasa capacitación, no contar con centros de acopio para productos de primera necesidad y la inclemencia del tiempo.

A pesar de que el cantón posee un gran potencial turístico gastronómico los turistas no tienen una oferta de restauración que los atraiga y les permita

disfrutar de su estadía en la localidad. Por lo tanto el presente trabajo se encuentra estructurado con miras al diseño y posterior implementación de un restaurante de comidas típicas que permita mostrar la riqueza gastronómica del sector y por consiguiente fomentar la actividad turística local y tener nuevas alternativas de desarrollo para los habitantes del sector.

En la primera parte se hace referencia al marco conceptual utilizado como base para conocer y definir las temáticas relacionadas con la investigación planteada, y que son necesarias para introducirnos en el contexto del servicio de restauración, tales como la parte técnica indispensable para la instalación de un proyecto de esta naturaleza así como también los aspectos tecnológicos que complementan el servicio y que van de la mano con la época actual en la cual la tecnología juega un rol preponderante, para lo cual se ha recurrido a bibliografía de fuentes primarias y secundarias. Así mismo se hace referencia a información básica del cantón Cáscales, abordando su situación y características geográficas, políticas, sociales, educativas medioambientales entre otras necesarias para ubicarnos en un contexto desde el cual se pueda relacionar su potencial turístico con el proyecto propuesto.

En el siguiente apartado se hace referencia a los materiales, métodos, técnicas e instrumentos utilizados para el levantamiento de información, la determinación de la muestra para la recolección de datos del estudio de mercado, análisis de la oferta y demanda local y la propuesta de marketing mix a ser aplicada para la promoción del negocio así como también la imagen diseño del producto.

Más adelante se incluye un análisis financiero en el cual se abordan numéricamente los montos económicos a ser empleados analizando datos como la TIR, VAN, Periodo de recuperación de capital entre otros que son de singular importancia para el diseño de la propuesta.

Finalmente se abordan las conclusiones y recomendaciones orientadas todas a la consideración del presente trabajo como una alternativa para emprender en el campo de la gastronomía típica de la región estudiada. Con lo que además se pretende que este trabajo sea considerado como referencia para futuras investigaciones de este tipo como fuente de consulta.

En el ámbito del desarrollo del presente trabajo de investigación cabe destacar que no se presentaron mayores inconvenientes en el trabajo realizado, lo que permitió abordar de manera relativamente sencilla todas las temáticas propuestas en este trabajo.

3.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad financiera para la implementación de un restaurante de comidas típicas amazónicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos a través de la Elaboración de un Plan de Negocio

3.2 Objetivos Específicos.

- Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio para establecer el restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.
- Determinar las condiciones de oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.
- Determinar el tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para la propuesta de inversión.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados de la propuesta de inversión.
- Realizar la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores financieros determinar la factibilidad de inversión.

4. REVISIÓN DE LITERATURA.

4.1 Marco Conceptual.

4.1.1 Restaurante.

Según la Real Academia de la Lengua “un restaurante o restorán es un establecimiento comercial, en el mayor de los casos públicos, donde se paga por la comida y bebida para ser consumidas en el mismo local.” Según Eured (2017)

“El término restaurante proviene del francés «restaurant», palabra que se utilizó por primera vez en el París de [[1765]o3, a pesar de que anteriormente ya existían locales que calzaban con dicha definición. Según esta segunda versión, un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar la que se podría considerar la primera casa de comidas, puso un eslogan en la entrada, que rezaba en latín: «Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos», que al castellano podríamos traducir como: «Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré». De esa última palabra del eslogan derivaría el término restaurante.

4.1.2 Definiendo las diferentes clases de Restaurantes.

Todos hemos comido en diferentes restaurantes. El nivel del servicio proporcionado, la ubicación, la variedad de precios en el menú y la selección, dan una característica peculiar a un restaurante. Sin embargo, la industria de restaurantes utiliza un criterio específico para clasificar lugares para comer.

La Asociación Nacional de Restaurantes (National Restaurant Association, por sus siglas en inglés NRA) clasifica los restaurantes en tres grupos básicos:

1. Servicio rápido (quick-service),
2. Media-escala (mid-scale) y

3. Alta-escala (upscale).

Cada uno de estos tipos de establecimientos tiene diferentes requisitos para su inicio:

- **Servicio-rápido (quick-service).**- O restaurantes de comida-rápida (fast-food) tienen menús limitados, los precios son relativamente bajos, la comida se prepara rápidamente para comer dentro del establecimiento o con frecuencia para llevar a casa y también se puede ordenar el servicio desde el automóvil (drive-up).
- **Escala-media (mid-scale).**- Generalmente estos restaurantes ofrecen servicio completo a buen precio. En algunos restaurantes de escala medios los servicios en el mostrador y el servicio en las mesas son limitados. Otro tipo de restaurantes de escala media puede ser un café o una cafetería pequeña.
- Por lo general un café o una cafetería tienen horarios y menú limitados. Sin embargo, con frecuencia son lugares de reunión en donde se puede discutir sobre negocios o simplemente leer el periódico.
- **Escala-alta (upscale).**- Estos restaurantes ofrecen comida fina con servicio completo. Lo primordial es la calidad antes que el precio. También pueden ofrecer comida especializada como la china, francesa y otros alimentos típicos.

A menudo, los restaurantes de alta escala se frecuentan para celebrar ocasiones especiales como cumpleaños, graduaciones y aniversarios. Banquetes y otros eventos especiales como recepciones y reuniones pueden ser programados, si las instalaciones del restaurante son lo suficientemente amplias. (Baird, 2016, p.3)

4.1.2.1 Limitaciones de Producción y Servicio:

1. **Presupuesto:** Antes de planear cualquier menú se debe conocer la cantidad de dinero disponible para la compra de alimentos. Esta cantidad está basada en el ingreso anticipado de las ventas del alimento. Este

ingreso debe proveer suficientes entradas para cubrir no solo el costo del alimento crudo utilizado, sino también el costo de la mano de obra y de gastos de operación y en caso de ser servicio de alimentación comercial permitir ganancia neta razonable. La administración determina el porcentaje del ingreso destinado a cada uno de estos factores. El planificador de menús también debe estar alerta de los costos y de la disponibilidad de alimentos por temporada.

2. **Equipo y Planta física:** El menú planeado debe poder prepararse dentro del espacio físico disponible y con la cantidad y capacidad del equipo con que se cuenta. Se debe tener cuidado de distribuir el trabajo equitativamente para los hornos, parrillas, batidoras y otras piezas de trabajo. El planificador de menús debe conocer las restricciones del equipo empleado, de recipientes y otros utensilios antes de escoger los componentes del menú.
3. **Personal:** El número y habilidades y destrezas de los empleados son factores que deben considerarse al determinar la variedad y complejidad de un menú. Debe tomarse en cuenta los horarios de trabajo para todos los días porque algunos platillos requieren de preparaciones previas. El menú necesita planearse de manera que la carga de trabajo está distribuida equitativamente a través del día y que se eviten demasiadas preparaciones a última hora.
4. **Disponibilidad de alimentos:** Esto especialmente importante resulta ser para aquellos alimentos frescos, el conocimiento de las frutas y las verduras y de sus temporadas capacita al planificador de menús para incluirlos dentro del menú mientras la calidad es la mejor y el precio razonable. (Pohlenz Ernst, M. Villareal., B., 1996).

4.1.2.2 **Características y Combinaciones de los alimentos.**

Al planear menús se debe visualizar como se verá el alimento ya preparado en el plato, la charola o el mostrador de una cafetería y percibir la

combinación de los alimentos ya presentados, el cómo se combinan los sabores, si existe contraste en cuanto a textura, la forma, la consistencia, en otras palabras una visión general del menú final tal y como será servido.

- **COLOR:** deben incluirse por lo menos uno o dos alimentos de color fuerte en cada menú. La armonía consiste en emplear colores de la misma gama.
- **TEXTURA:** se refiere a la estructura de los alimentos y puede detectarse a través del contacto del alimento con la boca.
- **CONSISTENCIA:** es la forma en que los alimentos se adhieren, su grado de firmeza densidad o viscosidad y pueden describirse como firme, espeso, gelatinoso etc.
- **FORMA:** juega un papel importante en la percepción ocular del alimento, puede despertar interés a través de la variedad en la manera en que los alimentos son presentados. Una posibilidad de hacerlo es variando la forma en que se cortan los vegetales.
- **SABOR:** se debe de evitar el uso de combinaciones estereotipos y explorar otras guarniciones y combinaciones para hacer los menús más atractivos e interesante.
- **PREPARACIONES:** no deben incluirse dos alimentos preparados en la misma forma en una comida. Pueden crearse variedad sirviendo alimentos fritos, marinados, a la parrilla, o a la plancha, guisados, al horno, a la mantequilla, a la crema, en una variedad de salsas.

Los menús deben planearse con anticipación en archivos de recetas estandarizadas, de menús previos, sugerencias de comensales, anuncios, publicaciones de proveedores y así crear nuevas ideas e inspiraciones. .

(Pohlenz Ernst, M., Villareal., B., 1996).

4.1.3 Estudio y definición de aspectos técnicos.

4.1.3.1 Análisis de espacios.

Al momento de distribuir los espacios hay que optimizar los recursos con los que se cuenta y a su vez encontrando soluciones a las debilidades que presente la edificación; entre otras cosas, lo que se pretende es evitar costos de mantenimiento, considerar la ubicación de instalaciones eléctricas, especiales e hidrosanitarias, analizar correctamente el sistema de compra, almacenamiento y preparación, en base al tipo de comida que se expenderá, así como el tipo de servicio que se ofrecerá y consecuentemente el número de personas que se atenderá en forma simultánea. (Fernández, 2013, 54-80)

1. Distribución de áreas generales.

- Recepción
- Comedor
- Acceso de circulación
- Servicios
- Cocina
- Áreas de recepción de productos y zona de elaboración.

2. Distribución dentro de la cocina.

Debe estar dividida de acuerdo con las necesidades específicas de la elaboración de la línea. Parte de la función de producción y diseño de los platos integrantes del menú. Su distribución va en base al recorrido que tendrán los alimentos según el menú; puede ser en línea, en paralelo, el L, en U, en península o en isla. (Fernández, 2013, 54-80)

a. Flujo de alimentos.

- Acceso de alimentos
- Recepción y control de alimentos

- Área de empleados
- Bodega
- Cocina

b. Flujo particular de cada actor.

- Personal administrativo
- Cocina
- Servicios

c. Ergonomía y Antropometría.

Al hablar de ergonomía, se hace referencia al confort del usuario con el mobiliario requerido y el espacio en el que se desenvuelve para desarrollar sus actividades, tomando en cuenta tanto los aspectos ambientales como color, iluminación, ventilación, etc. así como también los datos antropométricos de las personas que permitan una buena interface con los distintos aspectos físicos y visuales.

Al ser un lugar público con afluencia de todo tipo de personas, nacionales y extranjeras, no se puede hablar de una medida exacta que pueda satisfacer las necesidades de cada una de las personas, sin embargo, se cuenta con datos medios que buscan acoplarse a la mayoría de la población, sin dejar de tomar en cuenta que para personas con movilidad reducida existen estándares distintos, según su condición. (Fernández, 2013, 54-80)

d. Espacio requerido.

1. Zona exterior.

- Plaza,
- Acceso,
- Estacionamiento,
- Anuncio luminoso.

Su diseño será vertical u horizontal, integrado a la fachada.

2. Zona de control.

- Acceso al establecimiento de alimentos y bebidas,
- Acceso a proveedores,
- Vestíbulo de recepción,
- Control,
- Salida de clientes,
- Salidas de emergencia,

3. Zona pública.

- Área de recepción,
- Comedor,
- Circulaciones,
- Mostradores y barras,
- Estaciones de servicio,
- Servicios sanitarios.

4. Zona de preparación de alimentos.

La zona de preparación de alimentos es una de las tres partes fundamentales que conforman una cocina promedio, es un espacio que debe tener la característica fundamental de permitir el acceso a los demás de forma rápida y simple.

5. Servicios generales.

- Área de recepción de mercadería,
- Área de blancos,
- Cuarto de basura,
- Servicio para empleados.

6. Zona administrativa.

Cuenta con cubículos para gerentes y auxiliares. Sus dimensiones varían según las necesidades del negocio. Requiere escritorios, sillas, archiveros

y anaqueles, con servicios sanitarios.

4.1.4 Estudio y definición de aspectos tecnológicos.

a. Iluminación.

La iluminación juega un papel importantísimo en el diseño del restaurante para brindar confort a los usuarios y evitar la fatiga visual.

Es adecuado mencionar que no cumple solamente con la función de iluminar de una manera general el lugar donde nos encontramos, sino que también ayuda a crear distintos ambientes, resaltar o esconder elementos importantes y también para señalización. (Fernández, 2013, 54-80)

1. Métodos de iluminación.

- Control por presencia,
- Actividad/ Escenas,
- Programación horaria,
- Control manual.

2. Área de cocina.

La iluminación será de color blanco y brillante, para resaltar cualquier suciedad y evitar sombra en las áreas de trabajo. La ubicación de las lámparas se da de tal forma que si una se rompiera, no caiga sobre la comida. (Fernández, 2013, 54-80)

3. Área de comedor.

Se aplicará contrastes que resalten los objetos, el color y los materiales que se vaya a utilizar, tomando en cuenta las áreas de circulación, descanso, zona de mesas, etc. (Fernández, 2013, 54-80)

b. Ventilación

Se eliminará vapor, humo, grasa y calor del equipo y áreas de preparación por medio de ductos que se dirijan hacia el exterior a la zona de servicio, así

como también campanas de humo sobre el equipo de cocina para evitar que los olores lleguen a la zona del comedor. (Fernández, 2013, 54-80)

c. Aire acondicionado.

Para la cocina, es necesario usar campanas de extracción por el movimiento de grandes masas de aire que presenta; eliminando corrientes de aire para su correcto funcionamiento y con cambios de aire de 2400 a 3600 veces por hora. En la zona de comedor, es necesario renovar el aire entre 5 a 6 veces por hora. (Fernández, 2013, 54-80)

d. Estudio y definición de materiales y acabados.

Los materiales escogidos para la cocina serán de fácil limpieza y con texturas lisas para que no acumulen suciedad. Los muros revestidos de cerámicas a una altura de por lo menos 2,10 m. y la parte restante con pintura lavable.

Los pisos, antideslizantes con rejillas para captación de aguas jabonosas o grasas. El techo puede ser de textura fina y lisa o de azulejo, fácil de limpiar. (Fernández, 2013, 54-80)

e. Equipamiento para la cocina y equipo especiales.

Todos los muebles serán de acero inoxidable según los requerimientos para cocinas de restaurantes. (Fernández, 2013, 54-80)

4.1.5 Alimentación y Cultura.

Al respecto encontramos que autores como Schluter, (2011) afirma:

El hombre, a diferencia de los animales, si bien partió de la caza y la recolección también aprendió a cultivar plantas, criar animales y preparar de diferentes formas su alimento mediante diferentes procesos que dieron lugar

a lo asado, lo ahumado, lo salado y lo hervido. Esto tuvo una gran influencia en hacer comestibles productos que ordinariamente no lo eran y en el desarrollo de una serie de técnicas relacionadas con la elaboración de recipientes y utensilios de cocina, y en normas para la utilización de cubiertos, juegos de mesa, etc. que se tradujeron a su vez en un elaborado sistema de reglas de etiqueta conocidas como modales.

El elemento cultural de la alimentación de alguna manera es la “gastronomía”. El hombre pocas veces consume directamente lo que la Naturaleza le ofrece, comienza por transformarlo, originando tradiciones culinarias que sólo modifica lentamente con el tiempo; pero además no se contenta con nutrirse, no es un acto automático: crea, alrededor de este acto una serie de hábitos, costumbres, ritos, tabúes, en una palabra, crea todo un entorno distintivo. (p.5).

Es posible distinguir dos sistemas alimentarios, el tradicional y el actual. El primero estaba caracterizado por el consumo de productos básicos que se podían obtener durante todo el año ya fuesen frescos o preparados de manera tal que pudiesen servir como alimento. Los cereales, por ejemplo, han dado origen a verdaderas culturas alimenticias y tienen un valor simbólico y afectivo como es el caso del trigo en Europa y el maíz en el continente americano.

4.1.6 Diseño del Local (Facility Design).

En lo que se refiere al diseño del local Baird (2016) recomienda:

El diseño y el trazado de las instalaciones también deberán ser considerados. La primera impresión que tiene el cliente es la del área de servicio, incluyendo el área de espera, los baños, guardarropa, meseros y cajeros. El diseño y decoración del comedor no solamente utiliza la mayor parte del espacio, aproximadamente del 50% al 70%, sino que también es el centro de atención y consume la mayor parte de la inversión del restaurante.

Para acomodar diferentes grupos de clientela, coloque las sillas contra las paredes externas permitiendo flexibilidad, comodidad al cliente y espacio a los meseros para moverse entre las mesas.

El resto del espacio se podrá utilizar para la preparación de los alimentos, el almacenamiento y el área de oficinas. El área para la preparación de alimentos deberá tener suficiente espacio entre el comedor y la cocina. Deberá organizarse con todo lo necesario y dejar espacio para permitir que uno o más cocineros puedan trabajar cómodamente.

Los refrigeradores o neveras más grandes junto con los congeladores, se podrán utilizar para almacenar los productos perecederos. Por lo general, el área reservada para lavar la vajilla y desechar los desperdicios deberá estar separada del área utilizada por los cocineros y los meseros.

Después de considerar el costo para establecer el local, la siguiente inversión será para el equipo. Generalmente, los proveedores de equipo comercial pueden ayudarle a seleccionar lo necesario para el tipo de restaurante que haya elegido. Es prudente hacer una investigación sobre las opciones disponibles y tomar el tiempo necesario para obtener el presupuesto de una cotización competitiva. Para ahorrar energía podría considerar obtener unidades de limpieza automática.

El elegir un equipo usado que no sea demasiado costoso podría demostrarle con el tiempo que es anticuado o que se encuentra en malas condiciones. Asegúrese cuál es la garantía de devolución de los productos. No todos los artículos tienen que ser comprados a un mismo proveedor. Comprar un equipo estándar junto con la instalación y mantenimiento puede ser menos costoso que uno hecho a la medida o por encargo.

Para equipar completamente un restaurante se deberá incluir lo siguiente: la compra de mobiliario para la entrada, baños o servicios de aseo, comedores, cocina, almacenamiento, oficina y las áreas para los empleados.
(p.10-12)

4.1.7 Turismo Gastronómico.

4.1.7.1 Definición.

Personas que durante sus viajes y estancias realizan actividades fundamentadas en el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con el principal fin de consumir y disfrutar productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas de manera prioritaria y complementaria. (Montesinos, 2009)

4.1.8 Plan de negocios.

Para analizar esta temática es necesario recurrir a la opinión de algunos expertos en el tema. Según Viniegra (2007) El Plan de Negocios "(...) no es otra cosa que la planeación de una empresa o negocio en su conjunto, considerando cada una de sus partes o áreas esenciales (administración, finanzas, mercadotecnia, operaciones, etc.) y la interacción de cada una de éstas con demás" (p.13). Es decir que según el autor citado un Plan de Negocios no ayuda a definir la relación que tienen todas las áreas que están dentro de la planeación global del negocio o empresa en la que vamos a emprender y que por lo tanto deben ser abordadas con la mayor responsabilidad ya que de esto dependerá el éxito o fracaso del negocio, luego de su puesta en marcha.

El plan de negocios es un documento escrito, que permite responder a cinco preguntas esenciales que todo empresario o inversionista desea resolver:

- ¿En qué consiste la idea de negocio y cuál es el modelo de negocio planteado?
- ¿Quiénes dirigirán la empresa y por qué se debería creer en ellos?
- ¿Por qué se debería creer en el éxito empresarial?
- ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr la visión, la misión y los objetivos propuestos?

- ¿Cuáles son los recursos humanos, materiales, financieros y de información, necesarios para llevar a cabo las actividades que nos permitan alcanzar los objetivos planteados? (Weinberger, 1990, p.15)

Por lo general, para la creación de nuevas empresas o la creación de nuevas unidades de negocios para empresas en marcha, es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva aventura empresarial y reducir la incertidumbre y el riesgo que cualquier actividad no planificada tiene. En él, se podrá analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio. (Weinberger, 1990, p.33)

Estas preguntas nos dan una mayor claridad a la hora de orientar nuestro trabajo de creación del Plan de Negocios ya que al responder cada una de ellas conoceremos al detalle los pormenores de nuestro proyecto y además si tenemos la capacidad de responder ante los posibles entornos que puedan presentarse en el negocio, definiendo con claridad el camino a seguir para disminuir los riesgos y obtener un rendimiento económico que permita sacar a flote el proyecto en los primeros años y procurar una permanencia en el mercado tendente al crecimiento empresarial y a la mejora de las capacidades del negocio.

4.1.8.1 Formulación del Plan de Negocios.

Luego de definir el modelo de negocio más adecuado para llevar a cabo la idea de negocio, la siguiente etapa del proceso emprendedor consiste en elaborar un plan de negocios de manera integral, con objetivos, estrategias y presupuestos. Para ello es necesario realizar una investigación, que permita tener una idea de los recursos necesarios, del procedimiento que se va a seguir, de los obstáculos a vencer, de las metas a alcanzar, de las estrategias y tácticas para lograr los objetivos, para finalmente, luego de una evaluación financiera, determinar si el proyecto es viable en términos operativos, sociales y ambientales, y lo suficientemente rentable en términos económicos y financieros. (Weinberger, 1990, p.26)

4.1.8.2 Tipos de Planes de Negocios.

Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa.

En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista.

El análisis de un mini plan de negocios, o más específicamente de una oportunidad de negocios, se estructura de la siguiente manera:

1. Concepto o idea de la empresa o negocio.
2. Modelo de la empresa o negocio.
3. Perfil del mercado objetivo: tamaño del mercado potencial y mercado objetivo, estrategia de mercado.
4. Información del entorno que pudiera influir en el modelo de negocio y desempeño de la organización.
5. Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos.

6. Disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados.
7. Tecnología que se empleará para el desarrollo de productos o servicios.
8. Redes empresariales.
9. Recursos financieros.
10. Análisis de la oportunidad.
11. Cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio.
(Weinberger, 1990, p. 40)

4.1.8.3 Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio.

Ya sea que la empresa está en marcha o no, todo plan de negocios tiene un origen y parte de una motivación personal o grupal. Así, el documento que describe la idea de negocio debe incorporar un poco de historia: cómo nació la idea, desde cuándo existe, qué motivó su creación, y los hechos más importantes que hayan transcurrido durante su desarrollo y evolución.
(Weinberger, 1990, p.46)

4.1.8.4 Análisis del entorno.

Reiteramos que el análisis del entorno es fundamental para descubrir oportunidades sobre la base de las cuales podrían surgir ideas de negocios. Además, un profundo análisis del entorno permitirá al empresario identificar las amenazas que dificultarían su ingreso al mercado o la necesidad de cambiar el rumbo de la empresa.

Cuando se hace un análisis del entorno, por lo general se estudian los siguientes factores: económicos, sociales, políticos y legales, tecnológicos y ambientales. En el caso de empresas exportadoras es indispensable estudiar los efectos de estos factores en todos los países involucrados.

El análisis del entorno se debe hacer pensando en: ¿Cuáles son las variables que podrían representar una oportunidad o una amenaza para la nueva empresa o unidad de negocio?

A continuación se presentan los factores que generalmente se analizan en un plan de negocios y algunos de los indicadores que podrían influir positiva o negativamente en el desempeño de una nueva empresa. (Weinberger, 1990, p.51)

4.1.8.5 Sondeo de mercado.

El empresario es una persona que disfruta tomar decisiones y hace todo lo posible para contar con información oportuna, veraz y confiable. Ciertamente, hay información secundaria muy valiosa que está al alcance de muchas personas y suele ser de dominio público. Pero los empresarios suelen tener muchas preguntas, cuyas respuestas no siempre están disponibles en las fuentes secundarias que existen en el mercado.

La diferencia entre los resultados de un sondeo de mercado y los resultados de una investigación de mercados es que, los resultados de esta última sí tienen validez estadística y pueden ser extrapolados, es decir, aplicar las conclusiones obtenidas, al total de la población. Los resultados de un sondeo de mercado no pueden ser extrapolados al total del público objetivo o de la población.

Con la finalidad de responder a ciertas interrogantes como:

¿Cuál es el perfil de su potencial cliente?

¿Cuánto cree que el potencial cliente le comprará en los próximos meses?

¿Cuánto estará dispuesto a pagar por el bien o servicio ofrecido?

¿Cuáles son los atributos del producto o servicio por los que el cliente estaría dispuesto a pagar más o dejar a su actual proveedor?, entre otras, el empresario debe realizar un sondeo o estudio del mercado. (Weinberger, 1990, p.54)

4.1.8.6 Análisis de la industria.

Cuando se habla de industria, se entiende que es el conjunto de empresas que fabrican productos que compiten entre ellos o que son sustitutos cercanos. El análisis de una industria, implica el estudio de aquellas fuerzas que podrían afectar directamente el desarrollo y desempeño de una empresa. De acuerdo con el modelo de Michael Porter (1979), estas fuerzas son:

- Los competidores actuales.
- Los competidores potenciales.
- Los productos o servicios sustitutos.
- Los clientes.
- Los proveedores.

4.1.8.7 Plan estratégico de la empresa.

Cuando se trata de una empresa en marcha, es necesario mostrar cuáles son sus recursos, sus capacidades y sus aptitudes centrales que se emplearán para crear una posición competitiva en el mercado; porque, haciendo uso de estos elementos las empresas realizan mejores actividades que sus competidores, diferenciándose y creando mayor valor para sus clientes.

A través de este análisis de los componentes de una organización, el empresario podrá decidir cuáles son las fortalezas y debilidades internas de la empresa, que le ayudarán a aprovechar las oportunidades y a luchar contra las amenazas del entorno. (Weinberger, 1990, p.64)

4.1.8.8 Plan de marketing.

Antes de dar inicio a la elaboración del plan de marketing, es importante que el empresario haya terminado con el sondeo de mercado y tenga respuestas claras y precisas a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los atributos del producto o servicio que le agregan valor al cliente?
- ¿Cuál es el perfil del cliente?
- ¿Cuál es el comportamiento del consumidor?
- ¿Cuáles son las características de los competidores?
- ¿Cuál es el segmento de mercado que se desea atender?
- ¿Cuál es el número de potenciales clientes?

Cuando se trata de **personas naturales o individuos**, el mercado suele ser segmentado en función a variables como edad, género, nivel de educación, profesión, lugar de residencia, lugar de nacimiento, nivel de ingreso, consumo promedio, disposición de compra, hábitos de consumo, estilos de vida, entre otras. (Weinberger, 1990, p.68)

4.1.8.9 Plan de operaciones.

En las secciones anteriores de su plan de negocios, el empresario puede haber convencido al lector que el producto o servicio ofrecido es superior al de la competencia y que existen los suficientes clientes que estarían dispuestos a comprarlos a un precio justo.

Pero los inversionistas saben que si el empresario no cuenta con la infraestructura adecuada, en una ubicación conveniente y si no tiene un sistema eficiente de producción y de distribución, es difícil que el negocio sea sostenible, a pesar de las bondades del producto o servicio.

El plan de operaciones, tiene como fin establecer:

1. Los “objetivos de producción” en función al plan de marketing.
2. Los “procesos de producción” en función a los atributos del producto o servicio.
3. Los “estándares de producción” que harán que la producción sea eficiente, se logre satisfacer las demandas de los clientes y la rentabilidad esperada por los accionistas.

4. El “presupuesto de inversión” para la transformación de insumos en productos o servicios finales. (Weinberger, 1990, p.76)

4.1.8.10 Diseño de estructura y plan de recursos humanos.

Una vez definidos los objetivos y estrategias del plan de marketing y del plan de operaciones, es muy importante que el empresario desarrolle el plan de recursos humanos. Las personas son el elemento clave del éxito empresarial y por ello un recurso humano de calidad podría significar una ventaja para la empresa.

El plan de recursos humanos debe considerar:

1. Las principales funciones que se requieren en el negocio.
2. Las habilidades y conocimientos que cada función requiere.
3. Los cargos que serán permanentes en la empresa.
4. Las tareas, que por ser temporales o requerir un alto grado de especialización, podrían ser realizadas por personas o compañías ajenas a la empresa.
5. Los puestos claves y del personal propio que hará las tareas que le permitan a la empresa diferenciarse de las demás.
6. El organigrama que representa la estructura general de la empresa.
7. Las políticas y estrategias que ayudarán a administrar el recurso humano.
8. La planilla de la empresa, es decir el presupuesto de las remuneraciones.

(Weinberger, 1990, p.87)

4.1.8.11 Plan financiero.

Hasta el momento, usted le ha demostrado a los inversionistas que ha sido capaz de identificar un producto o servicio, con potencial de ser comprado por un grupo importante de clientes; ha demostrado que es posible producir el bien o servicio y que se puede contar con el personal adecuado; pero aún no ha podido demostrar si la producción y comercialización del producto o servicio, le permitirá al inversionista recibir una retribución

económica a cambio del dinero invertido, es decir, si el plan resultará económica y financieramente viable.

Ahora es momento de integrar en el plan financiero todos los planes y estrategias previamente establecidos en el plan de negocios. Este plan deberá reflejar todas las decisiones que usted ha tomado a lo largo de su desarrollo. Por ejemplo, si usted decidió introducir un nuevo producto, desarrollar un nuevo mercado, contratar más personal, desarrollar actividades de integración que contribuyan a retener a sus trabajadores, comprar mayores inventarios de materia prima para evitar desabastecimientos, comprar nuevas maquinarias, hacer más publicidad o hacer mayores ofertas o descuentos para captar una mayor porción del mercado, todas esas decisiones tendrán un impacto en sus estados financieros. (Weinberger, 1990, p.93)

El plan financiero es sumamente importante porque permite:

1. Determinar los recursos económicos necesarios para la realización del plan de negocios.
 2. Determinar los costos totales del negocio, es decir, los costos de producción, ventas y administración.
 3. Determinar el monto de inversión inicial necesario para dar inicio al negocio.
 4. Determinar las necesidades de financiamiento.
 5. Determinar las fuentes de financiamiento, así como las ventajas y desventajas de cada alternativa.
 6. Proyectar los estados financieros, los cuales servirán para guiar las actividades de la empresa cuando esté en marcha.
 7. Evaluar la rentabilidad económica y financiera del plan de negocios.
- (Weinberger, 1990, p.93)

4.2 Marco Referencial.

4.2.1 Cantón Cáscales.

El Cantón Cáscales es una municipalidad de la provincia de Sucumbíos. Su cabecera cantonal es la ciudad de El Dorado de Cáscales. Su población es de 13.141 habitantes, tiene una superficie de 1.248 km².

4.2.2 Ubicación Geográfica.

4.2.2.1 Microlocalización

Mapa 1 Cantón Cáscales

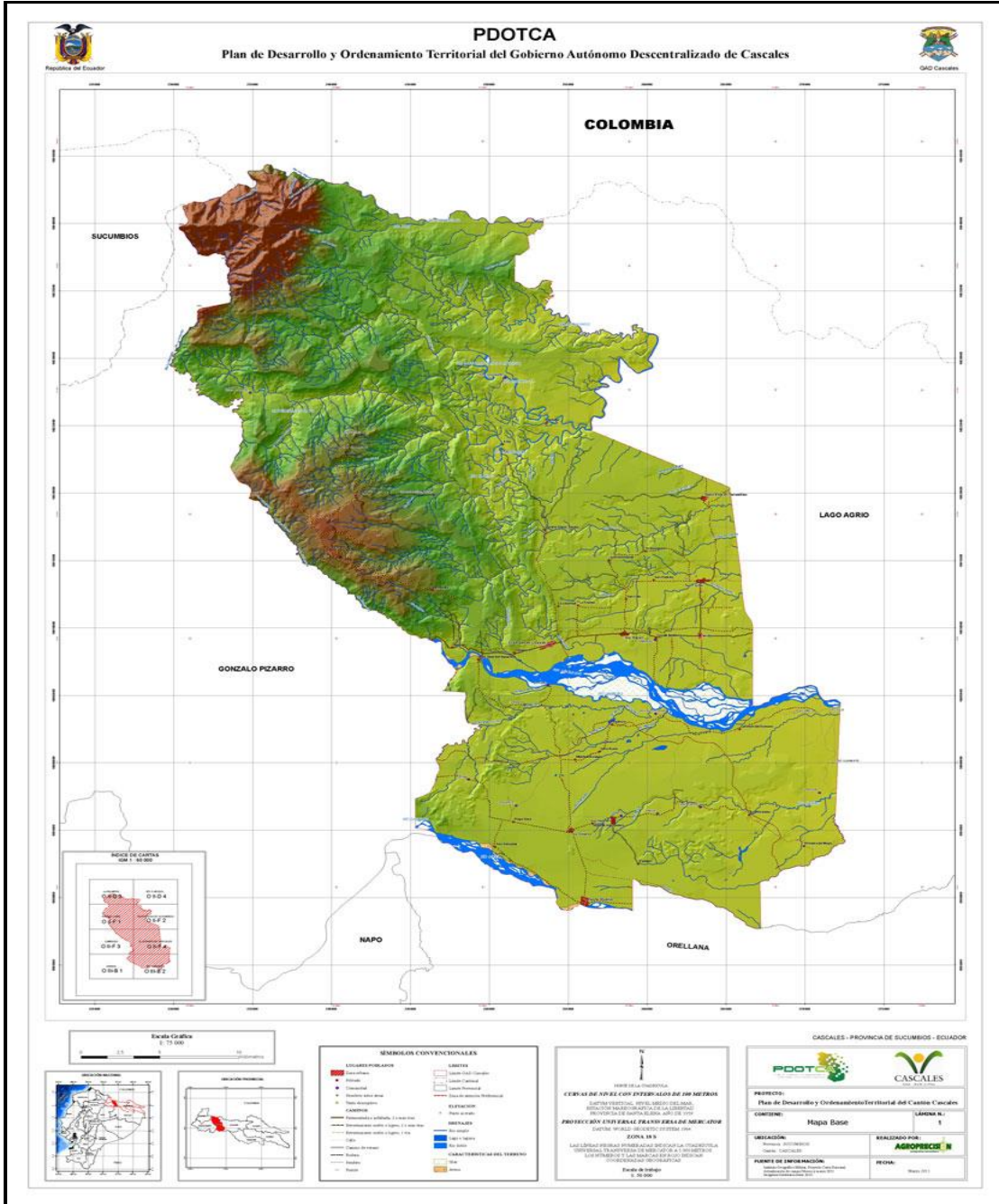


Fuente: PDOT Cantón Cáscales

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

4.2.2.2 Macrolocalización

Mapa 2 Cantón Cáscales



Fuente: PDOT Cantón Cáscales.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

4.2.3 Datos Generales del Cantón Cáscales.

Cuadro 1 Datos generales del Cantón Cáscales.

GAD	GAD Municipal del Cantón Cáscales
Fecha de Creación del Cantón	2 de Agosto de 1990
Población Total	13 141 habitantes
Alcalde Actual	Para el período 2014 - 2019 es Jaime Riera Rodríguez.
Extensión	124 981,42 hectáreas
Límites	
Norte:	Río San Miguel (República de Colombia)
Sur:	Río Coca (Provincia de Orellana)
Este:	Cantón Lago Agrio
Oeste:	Cantón Gonzalo Pizarro y Cantón Sucumbíos.
Rango Altitudinal	de 300 msnm a 2200 msnm

Fuente: PDOT Cantón Cáscales, 2015.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

4.2.4 Etimología

Cáscales “Tierra Del Dorado Amanecer”, cuenta con una variedad de atractivos, que motivan al turista a visitarlo y permanecer largo tiempo en ellos, además lo constituyen todos los elementos que nos brindan la naturaleza y el medio ambiente en general.

El Cantón Cáscales, conserva una gran proporción de sus recursos naturales, y grupos étnicos que mantienen aún vivas sus costumbres, tradiciones ancestrales, que desean seguir viviendo en armonía con la naturaleza. Esta región se constituye como una de las más ricas en biodiversidad.

4.2.5 División Política.

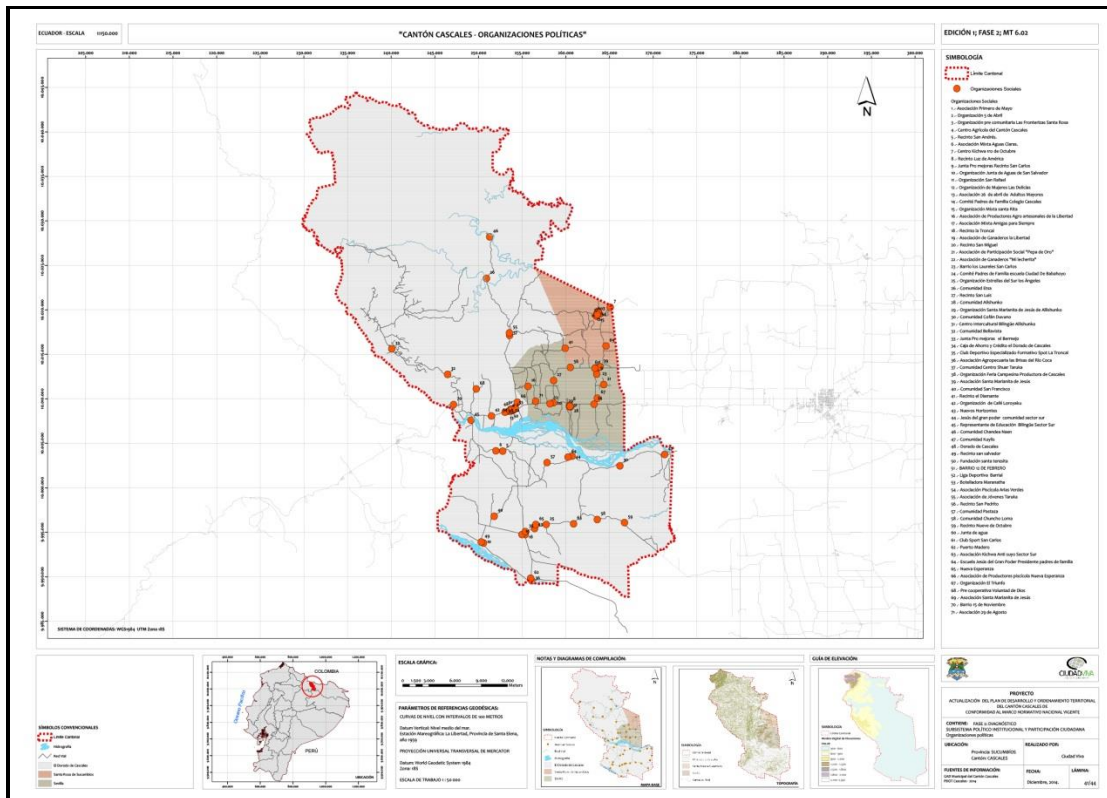
4.2.5.1 Parroquia Urbana.

El Dorado de Cáscales (cabecera cantonal)

4.2.5.2 Parroquia Rural.

- Santa Rosa de Sucumbíos
- Sevilla
- La Troncal

Mapa 3 División Política.



Fuente: PDOT Cantón Cáscales.
Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

4.2.6 Historia.

La colonización se inicia en forma paralela a la explotación petrolera, a partir del año 1970, con la llegada de un grupo de familias procedentes del Puyo, provincia de Pastaza que vinieron en busca de un futuro más alentador, desde el aeropuerto de Shell, vía aérea a través de la Compañía Tao, siendo su propósito encontrar trabajo en alguna compañía petrolera.

Los primeros colonos fueron Alcides Albán, Pedro Flores, Tancredo Ramos, Telmo Rea, José Robles, Lorenzo Alvarado, Darío Grefa, entre otros.

Este grupo de colonos trabajan en la construcción de los campamentos para depósitos de tubería en junio de 1970 a orillas del río Cascadas o Guamayacu, cuyo nombre actual es de río Cáscales.

El 9 de octubre de 1970 Alcides Albán, acompañado por José Robles, registraron la precooperativa en Lago Agrio ante el IERAC. Al no contar con un nombre el ingeniero Martínez, encargado de dicho trámite preguntó por el nombre que iban a ponerlo, sugiriendo el nombre de algún río cercano o de la comunidad de donde procedían. "El río que atraviesa la precooperativa se conocía como Guamayacu y la comunidad donde provengo se llama Cascajales, Provincia de Chimborazo", habría mencionado Alcides Albán, por lo que se decidió denominarla Cooperativa Río Cáscales.

La Compañía William Brothers con el fin de disponer un espacio físico para guardar tubería requería de un terreno de 10 hectáreas, las que fueron cedidas por dos cooperativas (Río Cáscales y Flor del Oriente), con la condición que la compañía lastre las 10 hectáreas, compromiso que no fue cumplido y la compañía tuvo que indemnizar a las comunidades con la cantidad de 10.000 sucres. En estas 2 hectáreas se ubicaron en forma definitiva las familias. Con el dinero se inició la construcción de la iglesia, escuela y sub-centro de salud. Posteriormente el nombre de El Dorado, fue impuesto por los ediles del Municipio de Sucumbíos al expedir la Ordenanza Municipal que daba origen a la parroquia.

En 1972 el Municipio de Sucumbíos entrega 10.000 sucres para completar la construcción de la escuela y la incorporación del territorio comprendido entre el río Aguas Blancas y Jambelí al cantón Sucumbíos, luego en coordinación con el Ministerio de Gobierno se anexa a Cáscales el asentamiento de la parroquia Santa Rosa de Sucumbíos, pues no tenía una ubicación geográfica definida. El progreso acelerado de los asentamientos poblacionales influyó para que el Ministerio de Gobierno mediante Acuerdo

Ministerial No. 1125 del 20 de noviembre de 1978, publicado en el Registro Oficial No. 723 creara la parroquia Cáscales como parte del cantón Sucumbíos.

4.2.7 Cantonización de Cáscales.

En vista de la distancia que separaba a Cáscales de Santa Bárbara, en 1980, se inicia la gestión para la cantonización de esta parroquia, nombrándose el primer Comité Pro-Cantonización, gestión que fue negada por el Ministerio, debido a que ya existía los primeros indicios de rivalidad entre Lumbaquí y Cáscales por obtener la cabecera cantonal. En 1984 se constituye otro Comité Pro- Cantonización de Cáscales, con Rigoberto Ortiz, acentuándose más la rivalidad a tal punto que se presentaron tres proyectos de cantonización: Cáscales, Lumbaquí y Gonzalo Pizarro.

En 1985 CELIR (Comisión Especial de Límites Internos de la República), analiza los tres proyectos y un solo territorio, levanta una acta de compromiso para que sea los organismos pertinentes quienes determinen la cabecera cantonal, que luego mediante decreto No. 52 publicado en el Registro Oficial No. 507 del 25 de Agosto de 1986, el Congreso Nacional mediante Ley, crea el cantón Gonzalo Pizarro con su cabecera cantonal El Dorado de Cáscales.

El Consejo Provincial de Napo envía al equipo caminero a trabajar en Cáscales con la oferta de lastrar todas sus calles con la condición que se diera el voto para sus candidatos, ante la tentación y con el voto del concejal Hilario Cortéz se permite el dominio de moradores de Lumbaquí en el Concejo, quedando el lastrado solo en oferta, en estas circunstancias se da el terremoto el 05 de marzo de 1987 por lo que la Administración Municipal se traslada a laborar a Lumbaquí, contraviniendo la Ley de creación del cantón, de esta manera se construyen obras exclusivamente en Lumbaquí, de tal manera que por el servicio de infraestructura física, indiscutiblemente sería la cabecera cantonal. Durante 4 años no hicieron una sola obra en Cáscales,

acrecentándose el descontento de la población, las discordias y los enfrentamientos.

Para 1988 se abría una nueva posibilidad que los Cascaleños pudieran manejar el Concejo Cantonal, pues se contaba con el doble de electores, había que ponerse de acuerdo y nombrar un solo candidato, pero las ambiciones personales primaron y Cáscales se presenta a las elecciones con varios candidatos sin respetar el acuerdo de unidad del pueblo logrado a través de la Junta Cívica; como debía suponerse Lumbaquí con una sola lista gana la presidencia del Concejo Municipal.

En medio de estos conflictos, empieza a nacer una nueva esperanza de solución que es la división eminente del cantón Gonzalo Pizarro. Con la creación de la provincia de Sucumbíos y la elección de su Prefecto, por buscar apoyo político, compromete su gestión a fin de elaborar un Proyecto de Reformatoria a la Ley de creación del cantón Gonzalo Pizarro, dividiendo en dos cantones diferentes, conflicto que llega a su fin el 02 de Agosto de 1990 mediante Ley N° 87 publicada en el Registro Oficial N° 492, creándose el cantón Cáscales con su cabecera El Dorado de Cáscales y las parroquias rurales de Sevilla y Santa Rosa.

4.2.8 Aspectos Biofísicos.

4.2.8.1 Información Climática.

En el cantón Cáscales no existe estación meteorológica. Para la caracterización de los parámetros del clima en esta área se utilizaron los registros de estaciones meteorológicas ubicadas fuera de la zona de interés, que dada su cercanía, por tener similar posición fisiográfica y por encontrarse localizadas alrededor de la zona son representativas para establecer la ocurrencia de los diferentes elementos meteorológicos.

El número de estaciones meteorológicas y pluviométricas recopiladas y que serán consideradas para el análisis del estudio suman en total doce,

distribuidas de la siguiente manera: nueve ubicadas en el Ecuador y tres en Colombia. La red meteorológica localizada en nuestro país está constituida por:

a. Precipitación P (mm)

Aquí se presentan los diferentes valores anuales de las precipitaciones a lo largo de todo el periodo histórico, a fin observar tendencias crecientes o decrecientes, así como posibles eventos o valores particulares que podrían estar relacionados con fenómenos climáticos locales y/o externos.

b. Temperatura

La temperatura del aire, es el elemento del clima al que se asigna mayor importancia como causa de las variaciones que experimentan el crecimiento, el desarrollo y la productividad de los cultivos agrícolas. Dentro de los límites establecidos por los valores térmicos de crecimiento mínimo por defecto o por exceso.

Las estaciones de registros de temperatura presentan información discontinua y periodos de registros distintos, lo que obligó a plantear diferentes periodos de análisis de este parámetro climático. Se calcularon para cada estación climática considerada, las temperaturas medias mensuales y anuales de todo el periodo histórico de registros.

c. Humedad Relativa (%)

Para el análisis de este parámetro climático se contó con información de cuatro estaciones, pero como en los casos anteriores sus periodos de registros son distintos en cada uno de ellas.

d. Nubosidad (Octavos)

La observación de nubosidad se efectúa observando la proporción de la bóveda celeste cubierta por nubes y expresada en una escala que va de 0 a 8 octavos. Se puede deducir que, los promedios mensuales de las cuatro estaciones que reportan este parámetro es mayor a 5 octavos, valor que indica que el cielo permanece cubierto más de sus $\frac{3}{4}$ partes.

En Lago Agrio, los meses con mayor nubosidad son de marzo a julio, con un promedio de 7 octavos, en Santa Cecilia Los meses de junio y julio con valores de 6 octavos, en El Reventador con valores de 6 octavos registrados de febrero a julio y en San Rafael en dos periodos de enero a marzo y de junio a julio con valores de 7 Octavos.

e. Heliofanía (horas/sol)

La heliofanía que se expresa en horas de brillo del sol, se relaciona en forma inversa a la nubosidad, y constituye uno de los parámetros climáticos más escasos de ser observados en el país y en la zona de estudio, solamente se dispone de datos en 2 estaciones meteorológicas.

4.2.9 Pisos Climáticos

Se puede definir el clima como sucesión habitual de los diferentes tipos de tiempo, que se producen durante un cierto período y en un lugar concreto de la tierra. El término tiempo designa la combinación simultánea de los elementos del clima que caracterizan, en un lugar y momento dados, el estado particular, instantáneo y propio en un lugar determinado.

Las clasificaciones pueden basarse en distintas combinaciones de los diversos elementos y factores climáticos, por ello no existe una clasificación única para satisfacer los distintos fines. (Pdot, 2015)

Para caracterizar al régimen de lluvias, se recurre al número anual de máximos pluviométricos y se los llama:

- a. Ecuatorial.-** Cuando se observan dos picos pluviométricos (dos estaciones lluviosas) y una estación relativamente seca:
- b. Tropical.-** Cuando se registra únicamente un máximo lluvioso y una sola estación seca muy marcada;
- c. Uniforma.-** Cuando las lluvias se presentan durante todo los meses del año. Para caracterizar la altura anual de las precipitaciones, se tiene los siguientes límites y definiciones:
 - **Semiárido.-** Para totales inferiores a 500 mm.
 - **Seco a Semi-Humedo.-** Entre 500 y 1000 mm.
 - **Húmedo.-** Entre 1000 y 2000 mm.
 - **Muy Húmedo.-** Entre 2000 y 3500 mm.
 - **Lluvioso.-** Para totales superiores a 3500 mm.
- Para distinguir las temperaturas anuales, se tienen tres clases:
 - **Megatermico.-** Para temperaturas medias superiores a 22°C.
 - **Mesotermico.-** Para temperaturas medias entre 12 y 22°C.
 - **Frio. -** Para temperaturas inferiores a 12°C.

4.2.10 Aspecto Económico.

En la Constitución del Ecuador (2008), se da un giro, intentando colocar el desarrollo en un nuevo contexto, entendido como “buen vivir” y el reconocimiento de la Naturaleza como sujeto de derechos. Los derechos del buen vivir abren muchas posibilidades para otro tipo de desarrollo. En esa sección se incluyen normas sobre el agua y alimentación, orientadas a promover el acceso al agua y la soberanía alimentaria (Art. 12 y Art. 13); sobre el ambiente sano, reconociendo como de interés público la preservación y la conservación (Art. 14); sobre el trabajo como un derecho, un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y

base de la economía (Art. 33); sobre el desarrollo de actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental (Art. 66, numeral 15).

La Constitución de la República del Ecuador, re institucionalizó la concepción misma de lo económico, al establecer que el Sistema Económico es Social y Solidario, “que reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir” (Art. 283), todo ello en el marco de un régimen de desarrollo que favorece el impulso de los mercados nacionales y la producción interna (desarrollo endógeno).

El Sistema Económico Social y Solidario, es entonces, el conjunto de instituciones sociales que cristaliza valores, normas y prácticas con predominio de la solidaridad en las formas de organización económica: pública-estatal, empresarial-privada, popular y solidaria y, sus formas mixtas; para resolver con equidad, eficiencia social, igualdad en la diversidad y justicia la producción y ampliación de las bases materiales requeridas para la reproducción ampliada de la vida de todos, con libertad de opción e incluyendo las generaciones futuras y la naturaleza, en y desde el territorio nacional. (Asamblea Constituyente, 2008).

A los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la definición de estrategias participativas de apoyo a la producción; el fortalecimiento de las cadenas productivas de apoyo a la producción; el fortalecimiento de las cadenas productivas con un enfoque de equidad; la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción; la transferencia de tecnología, desarrollo del conocimiento y preservación de los saberes ancestrales orientados a la producción; la agregación de valor para lo cual se promoverá la investigación científica y tecnológica; la

construcción de infraestructura de apoyo a la producción; el impulso de organizaciones económicas de los productores e impulso de emprendimientos económicos y empresas comunitarias; la generación de redes de comercialización; y, la participación ciudadana en el control de la ejecución y resultados de las estrategias productivas.

4.2.10.1 Sector Primario

Comprende aquellas actividades relacionadas directamente con los recursos naturales sin que éstos se transformen, dedicados solamente al desarrollo de los mismos. Incluye la agricultura, la ganadería, la pesca, la minería, etc.

4.2.10.2 Sector Secundario

El sector secundario abarca todas las actividades que transforman físicamente las materias primas o bienes en otros más aptos para el consumo. Estas actividades fabriles son muy diversas: energía, textil, metal, maquinaria, química, electrónica, automóvil, etc.

4.2.10.3 Sector Terciario

Que engloba al resto de actividades no incluidas en las categorías anteriores, caracterizadas por proporcionar la prestación de servicios, y no bienes tangibles: comercio, enseñanza, sanidad, transporte, comunicaciones, turismo, banca, etc.

Cuadro 2 Uso actual del suelo Provincial.

CANTÓN CASCALES			RESTO DE CANTONES		TOTAL	
PRODUCTO	HA	%	HA	%	HA	%
Café	1963	1,56	28240	72,59	30203	74,15
Maíz	210	0,17	1976	14,14	2186	14,31
Plátano	184	0,15	3008	9,88	3192	10,03
Cacao	147	0,12	2674	1,06	2821	1,18
Caña	53	0,04	256	0,11	309	0,15
Arroz	0	0,00	2235	22,90	2235	22,90
Yuca	0	0,00	423	4,22	423	4,22
Naranja	0	0,00	192	4,20	192	4,20
Palma Africana	0	0,00	6166	2,28	6166	2,28
Papa	0	0,00	193	2,20	193	2,20
Frutales	0	0,00	43	0,46	43	0,46
Pastos	2442	1,94	54386	44,48	56828	46,42
TOTAL	4999		99792		104791	

Fuente: PDOT Sucumbíos 2011 - Consultora

Elaboración: PDOT Cáscales 2014

4.2.11 Aspecto Ambiental.

Los recursos naturales son el conjunto de bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza y que son valiosos para el desarrollo de las sociedades. Proveen materia prima, minerales y alimentos que son utilizados por el ser humano, así como los servicios ecológicos que son la base de la vida. Los recursos naturales pueden ser renovables (plantas, animales, agua, suelo), no renovables (minerales, metales, petróleo, gas natural), e inagotables en el tiempo ecológico (energía de las fuentes hídricas, viento, luz solar). (PDOT Cáscales, 2014)

Los recursos no renovables son aquellos cuyas reservas, inevitablemente, se acabarán en algún momento ya que no resulta posible producirlos, cultivarlos o regenerarlos para sostener su tasa de consumo. Esto quiere decir que el consumo de los recursos no renovables es superior a la capacidad de la naturaleza para recrearlos.

En el Cantón Cáscales se realizan diversas actividades extractivas principalmente de materiales pétreos utilizados en la construcción vial; metales preciosos que se depositan en las franjas de los ríos y sobre todo se destaca la presencia de pozos petroleros.

4.2.12 Aspecto Poblacional.

Respecto de la provincia de Sucumbíos (176472 Hab.), la población del Cantón Cáscales representa el 6,3% del total. Conforme su división político-administrativa, en el cantón Cáscales se identifican tres parroquias: El Dorado de Cáscales, donde se localiza la Cabecera Cantonal; Santa Rosa de Sucumbíos y Sevilla; asentamientos cohabitados por dos grupos étnico-culturales: colonos e indígenas; estos últimos pertenecientes a las nacionalidades: Kichwa, Shuar y Cofán; realidad que genera dinamismo socio-cultural en el desarrollo de las actividades de la población.

Para el año 2001, de acuerdo a la información generada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, la población del cantón ascendía a 7409 habitantes, de los que, 4602 pertenecían a la Parroquia El Dorado de Cáscales, 2385 a Sevilla y 422 a Santa Rosa de Sucumbíos.

Bajo estos antecedentes, se realiza el siguiente análisis a modo de establecer si se ha producido o no crecimiento demográfico en el cantón, tomando para esto el período inter censal 2001-2010. (INEC, 2010)

4.2.12.1 Población Total

Se muestra a continuación el número total de Población, del cantón y sus parroquias, información desagregada por género y obtenida del Censo de Población al año 2010 (INEC). Se observa, que en mayor cantidad los habitantes se asientan en la parroquia El Dorado de Cáscales y, que existe ligeramente un mayor número de hombres en el cantón en comparación con la población femenina.

Cuadro 3 Población Total

POBLACIÓN POR SEXO	CANTÓN	PARROQUÍA		
	CASCALES	EL DORADO DE CASCALES	SANTA ROSA	SEVILLA
Hombres	5807	3955	442	1410
Mujeres	5297	3619	339	1339
TOTAL	11104	7574	781	2749

Fuente: INEC 2010

Elaboración: PDOT Cáscales 2014

4.2.13 Aspecto Educativo.

En el marco de la constitución política del Ecuador del año 2008 establece en el Artículo 26 que: “La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado.

Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir” Y del Artículo 27: “La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez.

Impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar”; se realiza el análisis sobre el tema Educación del Cantón Cáscales, mismo que reconocerá aquellos ámbitos particulares fruto de la diversidad socio cultural del cantón.

4.2.14 Aspecto Salud.

En el marco de la Constitución Política de la República del Ecuador del año 2008 que establece: Art. 32.-“La salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos

el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir.

El Estado garantizará este derecho mediante políticas económicas, sociales, culturales, educativas y ambientales; y el acceso permanente, oportuno y sin exclusión a programas, acciones y servicios de promoción y atención integral de salud, salud sexual y salud reproductiva.

La prestación de los servicios de salud se regirá por los principios de equidad, universalidad, solidaridad, interculturalidad, calidad, eficiencia, eficacia, precaución y bioética, con enfoque de género y generacional.”

Art. 360.-“El sistema garantizará, a través de las instituciones que lo conforman, la promoción de la salud, prevención y atención integral, familiar y comunitaria, con base en la atención primaria de salud; articulará los diferentes niveles de atención; y promoverá la complementariedad con las medicinas ancestrales y alternativas.”

4.2.15 Aspecto Social.

El desarrollo de este subsistema iniciará con una revisión de la planificación superior, esto es El Plan Nacional del Buen Vivir, la agenda Zonal y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Sucumbíos, referido a la temática abordada.

Para el desarrollo de este componente, se considerarán como variables principales los temas referidos a: demografía, educación, salud, acceso y uso del espacio público, organización y tejido social, grupos étnicos, cohesión social y la pertenencia de la población con su territorio; el patrimonio natural y cultural tangible e intangible así como el conocimiento ancestral y, los movimientos migratorios y vectores de movilidad humana.

Definir la estructura socio territorial del cantón permitirá comprender como se ha desarrollado el proceso de poblamiento; de acuerdo al PDOT del Cáscales realizado en el año 2011, en el cantón se identifican 73 centros poblados, subdivididos en: poblado consolidado, solo poblado, recinto, barrio,

sitio o comunidad. Como consecuencia de esta clasificación en la parroquia El Dorado de Cáscales existe 1 centro poblado consolidado que es la cabecera cantonal, se identifican además 3 poblados, 12 recintos, 1 sitio y, 28 comunidades.

Se identifica en la parroquia Santa Rosa: 1 poblado, 3 recintos, y 4 comunidades y; en la parroquia Sevilla, 3 poblados, 7 barrios, 2 caseríos, 7 recintos y 1 comunidad. De las 33 comunidades existentes en Cáscales, 23 pertenecen a la Nacionalidad Kichwa, 7 a la Nacionalidad Shuar y 3 la Nacionalidad Cofán; por lo que, los restantes asentamientos están conformados por colonos.

En la Amazonía se evidencia que tanto el índice social comparativo como el de incidencia de pobreza son más críticos en las provincias del Norte (Sucumbíos, Orellana y Napo). (PDOT Cáscales, 2014)

4.2.16 Aspecto Cultural

El Dorado de Cáscales, donde se localiza la Cabecera Cantonal; Santa Rosa de Sucumbíos y Sevilla; asentamientos cohabitados por dos grupos étnico-culturales: colonos e indígenas; estos últimos pertenecientes a las nacionalidades: Kichwa, Shuar y Cofán; realidad que genera dinamismo socio-cultural en el desarrollo de las actividades de la población.

Para el año 2001, de acuerdo a la información generada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, la población del cantón ascendía a 7409 habitantes, de los que, 4602 pertenecían a la Parroquia El Dorado de Cáscales, 2385 a Sevilla y 422 a Santa Rosa de Sucumbíos. (INEC, 2010).

En el Cantón Cáscales el 31,10% de la población se auto identifica como indígena, pertenecientes en mayor porcentaje a las Nacionalidades Shuar, Kichwa y Cofán; se ha detectado que además que un 0,4% forma parte de otras nacionalidades o pueblos indígenas, entre ellos: Achuar, Chachi, Secoya etc.

4.2.17 Patrimonio Natural.

A partir de la Información generada en el PDOT Provincial de Sucumbíos se han localizado los elementos naturales que por sus características y valor dentro de los ecosistemas a los que pertenecen, cuentan potencialmente con las características de elementos a ser conservados.

Es por tanto pertinente que sobre casa uno de ellos se realice un estudio a profundidad que valore estas características, cuanto por su valor ambiental, de conservación, social, cultural, la importancia de su preservación para la conservación de las prácticas y saberes ancestrales de los pueblos indígenas etc.

Cuadro 4 Patrimonio Natural.

PATRIMONIO NATURAL	LOCALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN
Patrimonio forestal: área protegida_ RESERVA ECOLÓGICA COFÁN BERMEJO	Norte Cantón Cáscales	53312,77 Hectáreas Ecoturismo, turismo de investigación, turismo de aventura. Gran biodiversidad de flora y fauna y sistemas hídricos.
Bosque Protector El Bermejo		10.859,17 ha.
Petroglifos "Río Duvino"	Vía Quito Km. 46 , de Bermejo 4 km. Margen izquierdo _ Cáscales - Dorado de Cáscales	Turismo cultural: observación de piedras históricas, natación trekking y esparcimiento.
Cascada S/N Río Duvino	Vía Bermejo 4 km. Margen izquierdo _ Cáscales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo de aventura: La cascada está en la parte alta del río Duvino, rodeada de una variedad de flora y fauna.
Comunidad Cofán Chandeanan	A 27 km. De la cabecera cantonal, ingresando por Taruka _ Cáscales - Dorado de Cáscales	Turismo cultural: tradiciones, costumbres, ritos, cosmovisión, comida típica, viviendas típicas, cuentos ancestrales.
Laguna "Jesús del Gran Poder"	Km. 31 vía Lago Agrio -Quito, cruzando el río Aguarico_ Cáscales - Dorado de Cáscales	Ecoturismo, turismo de aventura y esparcimiento observación de flora y fauna.

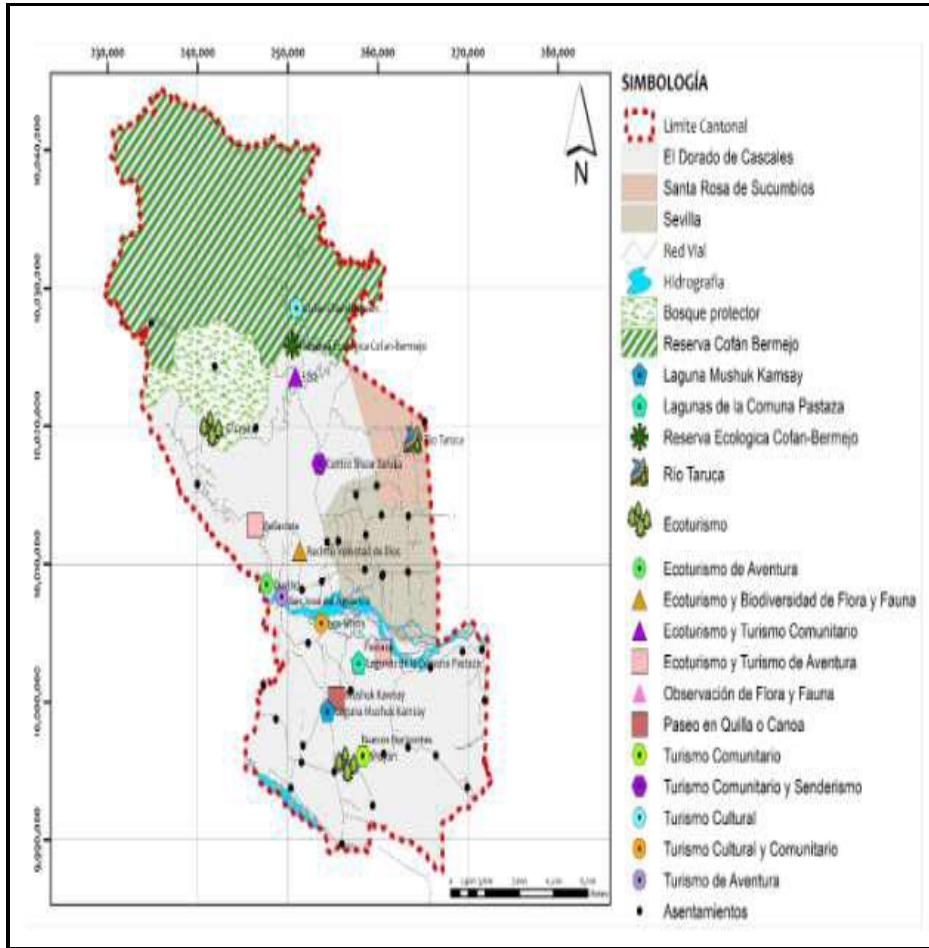
Bosque Húmedo Tropical (Comuna Etsa)	Desde Cáscales Km. 39 margen Derecho - Cáscales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo y turismo comunitario se puede realizar guianza e interpretación ambiental.
Cascada "Voluntad de Dios"	Recinto Voluntad de Dios _ Cáscales-Dorado de Cáscales	Turismo de naturaleza: piscina natural para esparcimiento de las personas, observación de flora y fauna.
Cascada "Nuevos Horizontes"	Centro Nuevos Horizontes - Cáscales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo: la variedad de flora y fauna en su entorno.
Laguna Mushuk Kamsay	Vía San José La Troncal Km. 120_ Cascales-Dorado de Cáscales	Paseo en canoa por la laguna, sendero, guianza,
Laguna Moretecocha	Comunidad Shayari a 9 km. Cáscales -Dorado de Cáscales	Turismo comunitario, observación de flora, fauna de la zona, paseo en canoa por la laguna, sendero, guianza.
Piscina Natural Río Cáscales.	En el Río Cáscales, norte de la Parroquia. Cáscales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo: abundante vegetación y especies de flora y fauna, esparcimiento y balneario.
Centro Turístico Taruka	Comunidad Taruka Cáscales - Dorado de Cáscales	Turismo Comunitario, Convivencia con la comunidad Shuar: danza, artesanías, cuentos ancestrales e Interpretación ambiental.
Cascada Taruka	Comunidad Taruka Cáscales- El Dorado de Cáscales	Senderismo, observación de aves, y fotografía
Laguna Pastaza	Existe 2 accesos por la comunidad Shayari y por Lumbaquí la Troncal hasta el Recinto los Ángeles Cáscales-Dorado de Cáscales	Sistema Lacustre, existe gran variedad de flora y fauna, paseo por la laguna en canoa.
Laguna "San Andrés"	Vía Quito Km. 43 Cascales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo, turismo de naturaleza: por su biodiversidad de flora y fauna, paseo en quilla o canoa y paisaje exuberante.
Laguna "Los Shyris"	Comunidad Pastazam Cáscales- Dorado de Cáscales	Observación de flora, fauna, paseo en cano, paisajes esplendidos.
Laguna "Boa Macho"	Comuna Mushu kamsay Cáscales- Dorado de Cáscales	Paseo en quilla o canoa. Convivencia con la comunidad: danza, música, comida típica y cuentos ancestrales.
Laguna "Boa Hembra"	Comuna Mushu kamsay Cáscales- Dorado de Cáscales	Ecoturismo, observación de flora y fauna, paseos en quilla

		o canoa, convivencia con la comunidad
Cascada "Puchuchoa"	Recinto Duvino. Cáscales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo: Esta cascada tiene dos caídas de agua y en su entorno existe diversidad de flora y fauna, paisaje exuberante y fotografías.
Cascada "Afluente del Río Cáscales"	Vía Taruka Km. 5.5 margen izquierdo. Cáscales-Dorado de Cáscales	Ecoturismo: Esta cascada se origina del Río Cáscales, tiene una caída de agua de 6 m. existe diversidad de flora y fauna, paisaje exuberante.
Río "Taruka"	Km. 29 vía Sevilla Cáscales-Dorado de Cáscales	Recreación, observación de variedades de flora y fauna en el entorno.
Centro Turístico Shayari	Vía a la comunidad Shayari. Cáscales-Dorado de Cáscales	Trekking, manifestaciones culturales, observación de flora y fauna, venta de artesanías.

Fuente: PDOT 2014.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Mapa 4 Patrimonio Natural



Fuente: PDOT Sucumbíos 2011 - Consultora

Elaboración: PDOT Cáscales 2014.

4.2.18 Patrimonio Intangible.

El Patrimonio Inmaterial está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos identitarios y de pertenencia en la comunidad.

En este sentido, el Patrimonio Inmaterial está conformado por aquellas manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidas de generación en generación y tienen vigencia para una comunidad ya que han sido recreadas constantemente en

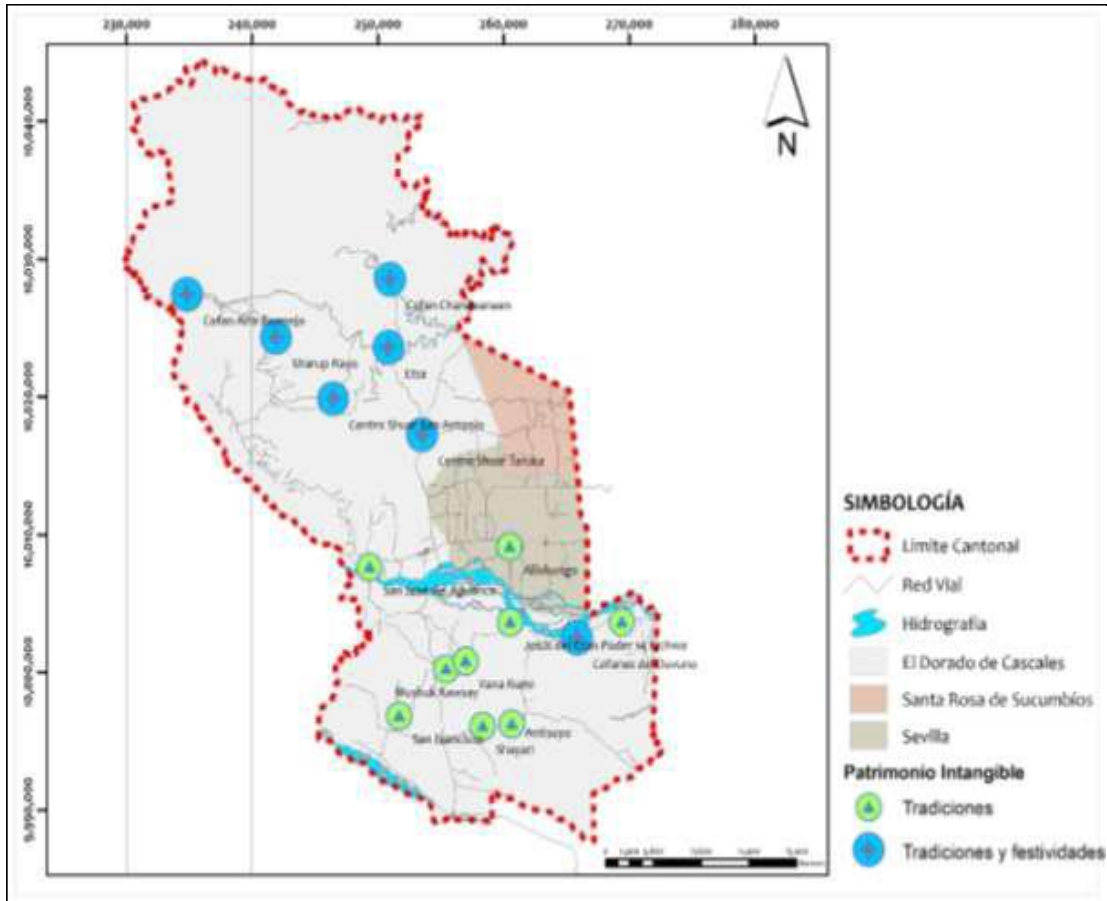
función de los contextos sociales y naturales en un proceso vivo y dinámico que permite la re significación de los sentidos”.

Patrimonio cultural inmaterial: comprende los usos, representaciones, conocimientos, técnicas, tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestras futuras generaciones.

4.2.18.1 Ámbitos de Patrimonio Inmaterial:

- Tradiciones y expresiones orales.
- Artes del espectáculo.
- Usos sociales, rituales y actos festivos.
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- Técnicas artesanales tradicionales.

Mapa 5 Patrimonio Etnográfico.



Fuente: PDOT Sucumbíos 2011 - Consultora

Elaboración: PDOT Cáscales 2014.

4.2.18.2 Patrimonio cultural etnográfico.

En el marco del Art. 380 de la Constitución de la República del Ecuador que establece en el numeral 1 sobre las responsabilidades del Estado: “Velar, mediante políticas permanentes por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

Se ha determinado que dadas las características pluriétnicas y plurinacionales que presenta la Provincia de Sucumbíos, que es pertinente que se reconozca y se incluya dentro del patrimonio etnográfico las 3 nacionalidades o grupos étnicos ancestrales que habitan el Cantón Cáscales, cuyas características y prácticas relevantes se detallan a continuación.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Materiales

Los materiales utilizados en la investigación son los siguientes:

5.1.1 Equipos.

- Cámara fotográfica: Marca SONY.
- Laptop HP.
- GPS: Marca Garmin.
- Impresora Canon.
- Teléfono Celular.
- Grabadora.

5.1.2 Herramientas.

- Encuesta
- Mapa del Cantón.
- Mapa de las Parroquias.

5.1.3 Insumos

- Cuaderno de apuntes.
- Hojas de papel bond.
- Marcadores.
- Esfero.

5.2 Métodos

Para un correcto proceso de investigación, se utilizaron los siguientes métodos:

5.2.1 Método Inductivo.

Esté método permitió determinar las conclusiones, basándose en la observación y la experimentación de hechos y acciones concretas permitiendo que la información obtenida se genere desde un proceso que

parte de lo particular a lo general. Mediante la observación se realizó el diagnóstico situacional del área de estudio, logrando comprender la realidad del turismo local.

5.2.2 Método Deductivo.

El método deductivo permitió que la información se obtenga de lo general a lo específico, comenzando con la recolección de datos válidos para llegar a una deducción a partir de un razonamiento lógico, así como también la recolección de datos y registros históricos del diagnóstico del área y de la planta turística, donde se analizó el nivel de usos de los servicios complementarios por parte de los turistas/visitantes.

5.2.3 Método Analítico.

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar sus causas, la naturaleza y sus efectos. Por lo que es necesario el descomponer a cada uno de los actores turísticos según su categorización para poder comprender su área de acción en el proceso de investigación.

5.2.4 Método Sintético.

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis. Se utilizó las diversas técnicas para la elaboración de un análisis de los datos recolectados para lograr comprender de una manera efectiva el fenómeno de investigación.

5.3 Técnicas e instrumentos

5.3.1 La observación.

Esta técnica fue fundamental y básica para poder analizar los aspectos sobresalientes de los datos establecidos en la investigación de la parroquia El Dorado.

5.3.2 Encuesta.

Mediante esta técnica se determinó las tendencias de los habitantes y turistas nacionales e internacionales, además de recolectar información relevante para realizar el análisis correspondiente y determinar qué lugares son los más visitados y cuales les gustaría conocer.

5.3.3 Técnicas de recolección de bibliografía.

El uso de la técnica de análisis de documentos proporcionados por el MINTUR, así como también los registros de restaurantes en la parroquia será la base principal para poder establecer las prioridades en la investigación.

5.3.4 Técnicas de recolección de datos empíricos

Se Utilizó la observación misma que nos permitió captar los aspectos más significativos dentro de la investigación.

5.4 Metodología por objetivos.

Para dar cumplimiento al primer objetivo: **Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio para establecer el restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos;** se utilizó los métodos inductivo, deductivo, analítico y sintético, los cuales sirvieron para obtener datos generales y realizar el análisis exhaustivo del sitio en estudio. Los aspectos

citados son: Ubicación geográfica de la parroquia en estudio, datos generales, orígenes, diagnóstico biofísico, datos climáticos, aspecto económico, socio cultural, poblacional, educativo, salud, turística, vial, oferta de servicios. Las técnicas que se emplearon fueron: la observación directa, ésta permitió conocer de cerca la realidad del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, así como también realizar las fichas descriptivas y de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo (Ver Anexo 3 y 4);

Para dar cumplimiento al segundo objetivo: **Determinar las condiciones de oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos**; se realizó la recolección de información de la demanda, el perfil del turista, se obtuvo la demanda potencial de la población económicamente activa y de los turistas nacionales e internacionales, la demanda real utilizando la pregunta N° 12 con un 47% de aceptación, la demanda efectiva utilizando la pregunta N° 1 con un 95%, la demanda insatisfecha y la oferta de la parroquia el Dorado, se realiza la interpretación de encuesta orientada a la población y a los turistas que visitan el cantón Cáscales.

Para determinar el tamaño de la muestra, es decir la cantidad de personas a encuestar se consideró como universo a la Población Económica Activa (PEA) del cantón Cáscales proyectada para el año 2016, la misma que se realizó con la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Sucumbios (2,10%) dato proporcionado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). Así mismo se tomó en consideración el número de turistas que visitaron el Cantón Cáscales en el año 2016 información otorgada por el GAD Municipal del Cantón Cáscales, dicho dato fue proyectado con la tasa de crecimiento de turistas de la provincia de Sucumbíos, que de acuerdo al Ministerio de Turismo es de 2,35%. A continuación se muestra la Población de investigación.

Cuadro 5 Población.

CARACTERISTICA	NÚMERO
Habitantes (Cantón)	13141
Turistas Nacionales	7503
Turistas Extranjeros	1390
TOTAL POBLACIÓN	22034

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Para demostrar el cálculo se utilizó el método de muestreo aleatorio no proporcional simple con la formula existente para determinar el número de encuestas a realizar.

Con la siguiente fórmula se determinará el tamaño de la muestra

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = Población total

e = error experimental

P = Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel de confianza

Universo = 22034

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot 22034}{(0,50)^2 \cdot (22034 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

$$n = \frac{21161,453}{5508,25 + 0,9604}$$

$$21161,453$$

$$n = \frac{\quad}{5509,2104}$$

$$n = 384$$

Desarrollada la formula se obtuvo como resultado una muestra de 384 encuestas que serán aplicadas a los habitantes, turistas nacionales e internacionales.

Cuadro 6 Número de encuestas.

CARACTERISTICA	PORCENTAJE	NÚMERO DE ENCUESTAS
Habitantes (Parroquia)	59,64%	229
Turistas Nacionales	34,05%	131
Turistas Internacionales	6,31%	24
TOTAL	100%	384

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Para dar cumplimiento al tercer objetivo: Determinar el tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para la propuesta de inversión; se determinó el tamaño del proyecto, la localización, idea del negocio, ingeniería del proyecto, misión, visión, objetivos, valores, logotipo, slogan, organigrama estructural, funciones de los empleados, diagrama del proceso de alimentación, el marketing mix; en el que se determinó las 4 P (Producto, precio, plaza y promoción), para realizar el objetivo se realizaron actividades de campo utilizando el método inductivo, analítico, sintético, con el apoyo de la observación directa y de la información recolectada.

Para dar cumplimiento al cuarto objetivo: **Realizar el estudio financiero que permita determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados de la propuesta de inversión;** Los indicadores financieros utilizados para conseguir el cuarto objetivo son los siguientes; Activos fijos, activos diferidos,

activo circulante o capital de trabajo, mano de obra directa, materiales indirectos, menaje, indumentaria, servicios básicos, costos de operación, útiles de oficina, útiles de aseo, gasto de ventas, activo circulante, financiamiento, con un crédito del 32% y con capital propio del 68%, ingresos; tomando en cuenta al restaurant, ingreso a la piscina y a la cancha de fútbol, luego comparamos el estado de pérdidas y ganancias, punto de equilibrio; que se encuentra en el 31%.

Para dar cumplimiento al quinto objetivo: **Realizar la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores financieros determinar la factibilidad de inversión;** Los indicadores financieros utilizados para conseguir el quinto objetivo son los siguientes; Flujo de caja, verificar el VAN, determinar la tasa interna de retorno (TIR), La relación costo beneficio, periodo de recuperación del capital; en un año 10 meses y 20 días.

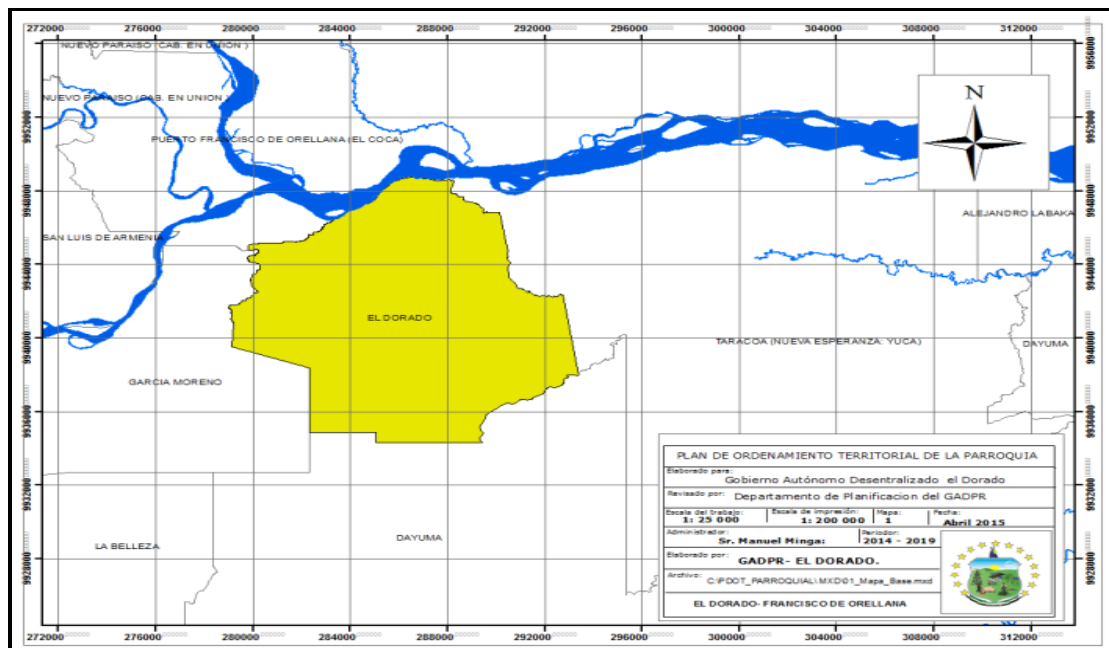
6. RESULTADOS

6.1 Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio para establecer el restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.

6.1.1 Ubicación Geográfica Parroquia El Dorado.

El Cantón Cáscales es una municipalidad de la provincia de Sucumbíos. Su cabecera cantonal es la ciudad de El Dorado de Cáscales. Su población es de 11.104 habitantes, tiene una superficie de 1.248 km². Su alcalde actual para el período 2014 - 2019 es Jaime Riera Rodríguez. La fecha de cantonización fue el 2 de agosto de 1990.

Mapa 6 Macro Ubicación Geográfica Parroquia el Dorado.



Fuente: PDOT El Dorado 2015,
Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Mapa 7 Micro Ubicación Geográfica Parroquia El Dorado.



Fuente: PDOT El Dorado 2015,
Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.1.2 Datos generales.

Cuadro 7 Datos generales.

GAD:	GAD El Dorado
Ubicación:	Geográficamente la parroquia el Dorado se encuentra entre las coordenadas de latitud sur 0o31'51,65" y 0o33'50,99", y entre 76o53'33,16"y 76o55'4,83" de longitud oeste.
Fecha de Creación del Cantón:	
Población Total:	1633 habitantes
Presidente Actual:	Señor Manuel Minga
Extensión:	130 119 Km2
Límites:	
Norte:	Puerto Francisco de Orellana (Coca)
Sur:	Dayuma
Este:	Taracoa
Oeste:	García Moreno.
Rango Altitudinal	de 246 msnm a 340 msnm

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.1.3 Orígenes de la Parroquia.

En el cantón Cáscales se ubican tres parroquias: El Dorado de Cáscales, Sevilla y Santa Rosa de Sucumbíos. Al norte limita con Colombia, al este con el cantón Lago Agrio, al oeste con el cantón Gonzalo Pizarro y al sur con la provincia de Orellana. La composición étnica en orden de magnitud es de campesinos blancos y/o mestizos, y los pueblos indígenas: kichwa oriental, shuar y a'í cofán.

El poblamiento de la zona se inicia a comienzo de la década de 1970 con la construcción del Sistema del Oleoducto Trans-Ecuatoriano (SOTE) y la simultánea construcción de la carretera que conecta Quito con la población de Nueva Loja, capital de Sucumbíos. La construcción de las vías fue un imperativo para el desarrollo de la industria petrolera, la que ha representado un factor sinérgico para la actual configuración de los asentamientos humanos, las bases sociales y la explotación de los recursos de la bioma en

la Amazonía ecuatoriana en general, y en la zona de estudio específicamente el poblamiento de la zona fue relativamente lento hasta la marketing mitad de la década mencionada. La Ley de Reforma Agraria y Colonización de 1974 proporcionó el marco jurídico que atrajo a inmigrantes de las distintas provincias del país, quienes ocuparon las denominadas “tierras baldías”,¹⁰ lo cual en su momento redujo la territorialidad de la población a í cofán e incentivó la llegada de diversos tipos de pobladores, entre ellos shuar y kichwa que llegaron a ocupar la tierra disponible dentro del cantón.

Esta política de ocupación humana impulsada y promovida desde diversas instancias institucionales del Estado tuvo cuatro objetivos concretos:

- 1 Integrar económicamente a la región amazónica a través de la agricultura.
- 2 Ocupar tierras consideradas como baldías con un supuesto alto rendimiento. Agroproductivo.
- 3 Dominar una zona considerada como salvaje, llevar la “cultura ecuatoriana” a un espacio con carencias totales de ella.
- 4 Crear fronteras vivas que permita al Estado ecuatoriano posicionarse efectivamente de territorios sujetos a potenciales amenazas externas

Estos objetivos económicos, geopolíticos y de percepción cultural insertos en las oposiciones entre las nociones de cultura y naturaleza, fueron impulsados desde el Estado y se desarrollaron a la par de los procesos de prospección, exploración, desarrollo y producción petrolera. Las acciones de colonización se sirvieron de las vías carrozables, campos aéreos, helipuertos, campamentos abandonados y trochas para las campañas de sísmica, etc., es decir, de todas las obras necesarias para activar la industria petrolera. La industria hidrocarburífera, a su vez, sirvió de la mano de obra no calificada como la base laboral para la expansión de la industria.

La colonización de la región amazónica y el petróleo fueron proyectos emblemáticos durante el periodo del gobierno de facto del Gral. Guillermo

Rodríguez Lara (1972-1975). En la dictadura del triunvirato militar de Poveda Burbano, Durán Arcentales y Leoro Franco (1975-1979), el petróleo se convirtió en el elemento indispensable para impulsar el desarrollo del Estado; no obstante, las rentas petroleras se orientaron para el desarrollo de la infraestructura energética, productiva y vial de los ejes productivos y financieros del Ecuador vinculados a los polos de desarrollo de la costa, la sierra centro norte y el austro. En estos contextos, los recursos obtenidos de la dinámica petrolera no beneficiaron directamente a la Amazonía ecuatoriana y/o específicamente a la “subregión petrolera” que abarca las provincias de Napo, Orellana y Sucumbíos.

Los poblados a lo largo de la carretera Quito-Nueva Loja se formaron en torno a los “campamentos base” construidos por las compañías constructoras del oleoducto y de la carretera que en su momento fue la vía de más honda penetración en el oriente ecuatoriano.

Muchos de los obreros de estas empresas accedieron a la tierra, radicándose a lo largo de la vía, sumándose al contingente humano de colonos pioneros. Los pioneros se aglutinaron en torno a estos campamentos y ocuparon lentamente los terrenos adyacentes a la vía. Cuando ya no había espacio, pasaron a habitar las tierras localizadas en los respaldos de estas fincas. A esta nueva ocupación se la denominó “finca de segunda línea de colonización” y así sucesivamente – “efecto broca”. (PDOT Cáscales, 2014).

6.1.4 Aspecto Económico.

En esta sección se describe las principales actividades económicas (productos y servicios que se desarrollan en la parroquia).

- **Productos:** agrícolas, artesanías
- **Servicios:** Comercio informal (restaurants, ventas), mano de obra calificada y no calificada, turismo comunitario

Cuadro 8 Aspecto Económico.

Aspecto Económico	
Variables	Potencialidades
Trabajo y Empleo	Comunidades con Conocimientos, actitudes agrícolas y ganaderas.
Estructura productiva	Micro-empresa existente Café Montañita.
Relación entre sectores económicos	Política de estado favorable en el cambio de la matriz productiva. Crecimiento de demanda de productos con valor agregado
Principales Productos	Cacao, café, caña de azúcar, maíz
Factores productivos	Micro-empresa existente Café Montañita, y capacitación por parte del MAGAP.
Infraestructura de apoyo a la producción	Las entidades Autónomas, GADPO, GADPRED.
Incidencia Proyectos Estratégicos Nacionales	Entidad del Gobierno MAGAP, MSP, MED, MTOP, CNEL, Petroamazonas EP.
Amenazas a la infraestructura	Buena infraestructura vial, y la ubicación geográfica.

Fuente: Pdot El Dorado 2015.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.1.5 Aspecto Cultural.

Este componente tiene como centro de análisis a la población, en cuanto a conocer su estructura, composición y dinámica. En base a lo establecido en el proceso cantonal se analiza cuál es la cobertura y calidad de los servicios sociales, vinculados con: educación, salud, inclusión económica, seguridad, entre otros. Adicionalmente, se analiza la cultura e identidad de la población.

Identificación de los valores culturales el patrimonio tangible e intangible, la identidad, grupos étnicos y su relación con la gestión del territorio en el que se asientan, modo de organización y estructuras.

Problemas y necesidades de los distintos grupos y colectivos que habitan el territorio vinculados con el ejercicio de sus derechos sociales.

6.1.6 Aspecto Poblacional.

La parroquia el Dorado, según el censo del año 2010, contaba con una población de 1639 habitantes. Según el censo de población y vivienda de aquel año contabilizó una población de distribuidos 872 hombre que corresponde el 53% y mujer 767 al 47 % mujeres. La tasa de crecimiento anual intercensal 2010 no contempla ya que para el censo del 2001 aun no era parroquia el Dorado como lo muestra el cuadro.

Cuadro 9 Población.

HOMBRE	%	MUJER	%	TOTAL
872	53	767	47	1639

Fuente: INEC 2010.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.1.6.1 Distribución de la población por etnia.

La población indígena está compuesta por 1 nacionalidad que comprende el 6,8 % claramente identificada por el censo 2010. Sin embargo pese a la existencia de una amplia plurinacionalidad y multiculturalidad, se reconoce el predominio de pueblos con arraigo local y territorial, como son: kichwas, afro, mestizos, montubios, mulatos entre otras, cuya población es migrante, que proviene de poblaciones de otras provincias vecinas y que captaron territorio como colonizadores.

Desde la parte lingüística la mayor parte de la población de la parroquia el Dorado hablan español, después están las población Shuar pobladores que han mantenido el propio idioma de su nacionalidad.

Cuadro 10 Población por etnia.

ETNIA	Nª H POR ETNIA	%
Indígena	111	6,8
Afro ecuatoriano/a Afro descendiente	4	0,2
Negro/a	14	0,9
Mulato/a	10	0,6
Montubio/a	45	2,7
Mestizo/a	1390	84,8
Blanco/a	62	3,8
Otro/a	3	0,2
POBLACION TOTAL	1639	100,0

Fuente: INEC 2010.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.1.7 Aspecto Educativo.

Políticas educativas, que como indica la Ley de Educación y la nueva Constitución, están a cargo del Ministerio de Educación (antes Ministerio de Educación y Cultura).

De estas políticas educativas solamente la quinta política, referida al mejoramiento de la infraestructura y el equipamiento de instituciones educativas, tiene relación directa con las competencias exclusivas actuales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, de acuerdo a lo enunciado en la Constitución del año 2008. Política educativa aplicada directamente desde la inversión de los Presupuestos Participativos y Presupuesto de Inversión Municipal en el cantón, especialmente desde el año 2002, cuyos montos de inversión están entre los 2 a 4 millones de dólares anuales.

6.1.8 Aspecto Salud.

En esta sección, de acuerdo a la disponibilidad de información de nivel nacional y los análisis del proceso cantonal, se establecerá información que den cuenta de: tasa de mortalidad; cobertura de salud (número de médicos,

número de camas hospitalarias, número de atenciones); y, perfil epidemiológico (10 principales causas de muerte).

Para examinar la situación de salud de la parroquia el dorado, empleamos tres indicadores, los cuales fueron calculados por el SIISE sobre la base de las estadísticas vitales y hospitalarias, así como el censo del año 2.010. La tasa de médicos por habitantes indica que existe un comportamiento similar a la tasa de fecundidad, pues donde existen mayores tasas de natalidad también hay mayores tasas de fecundidad, y viceversa.

6.1.9 Aspecto Turístico.

Constituido por obras o producciones humanas, que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro y que encierran características y valores particulares, a través de los cuales es posible interpretar las formas de pensar, de ser y de hacer de las sociedades a lo largo del tiempo.

En esta categoría se consideran a los pueblos y ciudades, parques, plazas, caminos, vías y puentes y la infraestructura arquitectónica civil, religiosa, militar, monumental, moderna y vernácula; los cementerios, haciendas y molinos, que provienen de diversos momentos de la historia, desde la época colonial hasta nuestros días y que desde sus características estéticas.

En la parroquia existen bienes inmuebles inventariados por el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (INPC), de los cuales tiene que ver con la gastronomía, artesanías, cuentos y leyendas, música, danza y vestimenta, y conocimientos de plantas medicinales.

6.1.9.1 Resumen Atractivos turísticos.

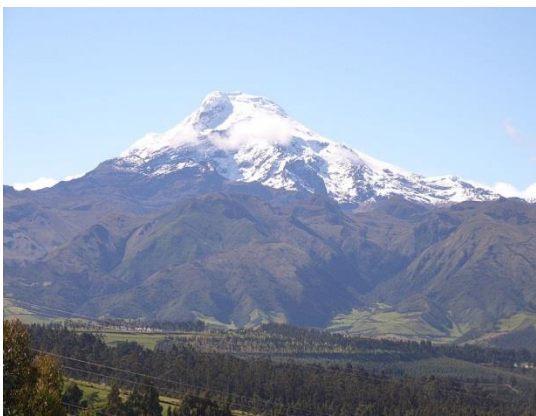
Ficha 1 Los Manantiales.

LOS MANANTIALES	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: LOS MANANTIALES	CATEGORÍA: SITIO NATURAL
TIPO: BOSQUES	SUB TIPO: NUBLADO ORIENTAL
PROVINCIA: SUCUMBÍOS	CIUDAD/CANTÓN: CASCALES
PARROQUIA: EL DORADO	
ALTURA MIN: 0 m.s.n.m.	ALTURA MAX: 602 m.s.n.m
TEMPERATURA MIN: 16°	TEMPERATURA MAX: 30°
PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°05'33	Y (Norte) 77°15'18" Z (altitud) 30. 87ft
	El balneario Manantiales cuenta con 200 m de construcción: incluye una piscina de 5 m de largo y 3 m de ancho, lamisca que se mantiene con agua que se recoge de la montaña.
CARACTERÍSTICAS	
Rodeando el balneario está un remanente de bosque húmedo tropical de aproximadamente 2 ha de extensión el mismo que presenta una altura de 35 m compuesto por especies arbóreas como el laurel, caoba, guayacán, balsa, entre las más representativas. Asociado al bosque se puede encontrar monos, loros, guanta, guatusa, pavas de monte; así como reptiles y anfibios.	
RECOMENDACIONES	
Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica.	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recreacional, • Caminata, • Observación de flora y fauna, • Bañarse, • Toma de fotografías. 	

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Ficha 2 PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA.

PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA	CATEGORÍA: SITIO NATURAL.
TIPO: ÁREA PROTEGIDA .	SUB TIPO: PARQUE NACIONAL
PROVINCIA: SUCUMBIÓS	CIUDAD/CANTÓN: LUMBAQUI
PARROQUIA: GONZALO PIZARRO	
ALTURA MIN: 5000 m.s.n.m.	ALTURA MAX: 5900 m.s.n.m
PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
TEMPERATURA MIN: 20°	TEMPERATURA MAX: 22°
Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°03'48	Y (Norte) 77°37'55 Z (altitud) 30. 87ft
	<p>A pesar de que el concepto de parque nacional es de reciente aparición en el mundo occidental, en Asia se encuentran los primeros esfuerzos por mantener grandes extensiones de tierra bajo el control del Estado, con fines de protección a la naturaleza. Quizás el área protegida más antigua de la que se tiene conocimiento es el bosque de Sinharaja en Sri Lanka, el cual es hoy en día una reserva forestal y en 1988 fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.</p>
CARACTERÍSTICAS	
<p>Años más tarde, una medida similar fue propuesta para un área en Wyoming y Montana, pero problemas con los turistas y propietarios de tierras en y alrededor del recién creado parque de Yosemite, además del hecho de que esta nueva reserva según propuesta cubriría áreas en más de un estado, hicieron difícil su creación inicialmente ya que el gobierno federal no tenía precedentes ni una idea clara de cómo controlar un parque. En 1871 el parque nacional de Yellowstone fue establecido como el primer parque realmente nacional. Tomando ejemplo de Yellowstone, en 1890, Yosemite pasó al control federal convirtiéndose en el segundo parque nacional de los Estados Unidos de América.</p>	
RECOMENDACIONES	
<p>Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica</p>	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recreacional, • Caminata, • Observación de flora y fauna, • Bañarse, • Toma de fotografías. • Investigación, • Recreación, • Deporte. 	

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.


Ficha 3 PINCHOS MAYONES

PINCHOS MAYONES	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: PINCHOS MAYONES	CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO: ETNOGRAFÍA	SUB TIPO: COMIDAS TÍPICAS
PROVINCIA: SUCUMBÍOS	CIUDAD/CANTÓN: CASCALES
PARROQUIA: EL DORADO	
ALTURA MIN: 0 m.s.n.m.	ALTURA MAX: 602 m.s.n.m
TEMPERATURA MIN: 16°	TEMPERATURA MAX: 30°
PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°05'33	Y (Norte) 77°15'18" Z (altitud) 30. 87ft
	
CARACTERÍSTICAS	
Son los gusanos de palma de chonta los cuales se los pone en un pincho y se los asa con sal, son muy apetecidos por su sabor y sus propiedades curativas para los problemas respiratorios.	
RECOMENDACIONES	
Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica.	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recreacional, • Caminata, • Observación de flora y fauna, • Bañarse, • Toma de fotografías. 	

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.


Ficha 4 MAITO DE PESCADO.-

MAITO DE PESCADO	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: MAITO DE PESCADO	CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO: ETNOGRAFÍA	SUB TIPO: COMIDAS TÍPICAS
PROVINCIA: SUCUMBÍOS	CIUDAD/CANTÓN: CASCALES
PARROQUIA: EL DORADO	
ALTURA MIN: 0 m.s.n.m.	ALTURA MAX: 602 m.s.n.m
TEMPERATURA MIN: 16°	TEMPERATURA MAX: 30°
PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°05'33	Y (Norte) 77°15'18" Z (altitud) 30. 87ft
	
CARACTERÍSTICAS	
Este plato consiste en el pescado envuelto en hojas de bijao, y adobado con especies de la selva, se lo pone a la brasa por alrededor de media hora y se los sirve con abundante yuca y plátano cocinado.	
RECOMENDACIONES	
Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica.	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recreacional, • Caminata, • Observación de flora y fauna, • Bañarse, • Toma de fotografías. 	

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Ficha 5 AYAMPACO.-

AYAMPACO	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: AYAMPACO	CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO: ETNOGRAFÍA	SUB TIPO: COMIDAS TÍPICAS
PROVINCIA: SUCUMBÍOS	CIUDAD/CANTÓN: CASCALES
PARROQUIA: EL DORADO	
ALTURA MIN: 0 m.s.n.m.	ALTURA MAX: 602 m.s.n.m
TEMPERATURA MIN: 16°	TEMPERATURA MAX: 30°
PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°05'33	Y (Norte) 77°15'18" Z (altitud) 30. 87ft
	
CARACTERÍSTICAS	
Consiste en poner una mezcla de todos los ingredientes descritos junto con el pescado en hoja de bijao donde se envuelve todo en conjunto con todos los ingredientes sin condimentos, se lo cocina a la brasa y se lo sirve con plátano, yuca o arroz.	
RECOMENDACIONES	
Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica.	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recreacional, • Caminata, • Observación de flora y fauna, • Bañarse, • Toma de fotografías. 	

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Ficha 6 CHICHA DE CHONTA.-

AYAMPACO	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: CHICHA DE CHONTA	CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES
TIPO: ETNOGRAFÍA	SUB TIPO: COMIDAS TÍPICAS
PROVINCIA: SUCUMBÍOS	CIUDAD/CANTÓN: CASCALES
PARROQUIA: EL DORADO	
ALTURA MIN: 0 m.s.n.m.	ALTURA MAX: 602 m.s.n.m
TEMPERATURA MIN: 16°	TEMPERATURA MAX: 30°
PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°05'33	Y (Norte) 77°15'18" Z (altitud) 30. 87ft
	
CARACTERÍSTICAS	
<p>La preparación de la chicha de chonta se da en agradecimiento a la madre tierra por la generosidad de la producción, originalmente su preparación consistía en masticar la chonta, luego mezclarla en agua y dejarla fermentar entre dos y tres días; en la actualidad la chonta es triturada y sigue el mismo proceso antes descrito, en algunas comunidades aún se la prepara masticada. Su consistencia es homogénea, se parece a una crema ligosa. Se sirve en pilches (recipiente tradicional de la etnia Shuar). Sin embargo en la actualidad la preparación de la chicha de yuca, consiste en cocinarla, luego se la amasa con una pala de madera mezclándola con agua dejándola reposar para su fermentación. Cabe destacar que esta bebida se sirve como muestra de amistad a los visitantes que llegan a la comunidad el no tomarla significa desprecio. Estas bebidas se las puede adquirir principalmente en la Comunidad Shuar de Tuntiak, cuando se visita la comunidad la cual es servida como una bebida de bienvenida a la comunidad..</p>	
RECOMENDACIONES	
Ropa y zapatos cómodos, gorra, protector solar, repelente, botella de agua, cámara fotográfica.	
ACTIVIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Recreacional, • Caminata, • Observación de flora y fauna, • Bañarse, • Toma de fotografías. 	

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.2 Determinar las condiciones de oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.

Para el cumplimiento del objetivo se realizó el estudio de mercado (análisis e interpretación de las encuestas realizadas a la población en estudio “muestra”), demanda, oferta de la Parroquia el Dorado.

6.2.1 Estudio de mercado.

6.2.1.1 Análisis e interpretación de encuestas.

Se realizó el análisis e interpretación de encuestas tomando en cuenta a la población (muestra), y su respectiva interpretación de acuerdo a las preguntas establecidas y sus respuestas tabuladas.

Se realizó 12 preguntas a la población seleccionada y al número determinado por la fórmula de acuerdo al total de la población es decir a los habitantes de la parroquia, turistas nacionales y turistas internacionales quienes con entusiasmo respondieron la siguiente información.

Pregunta N° 1. ¿Considera usted necesario el establecimiento de un restaurant de comidas típicas en la Parroquia el Dorado nuevo y moderno que satisfaga sus demandas alimenticias?

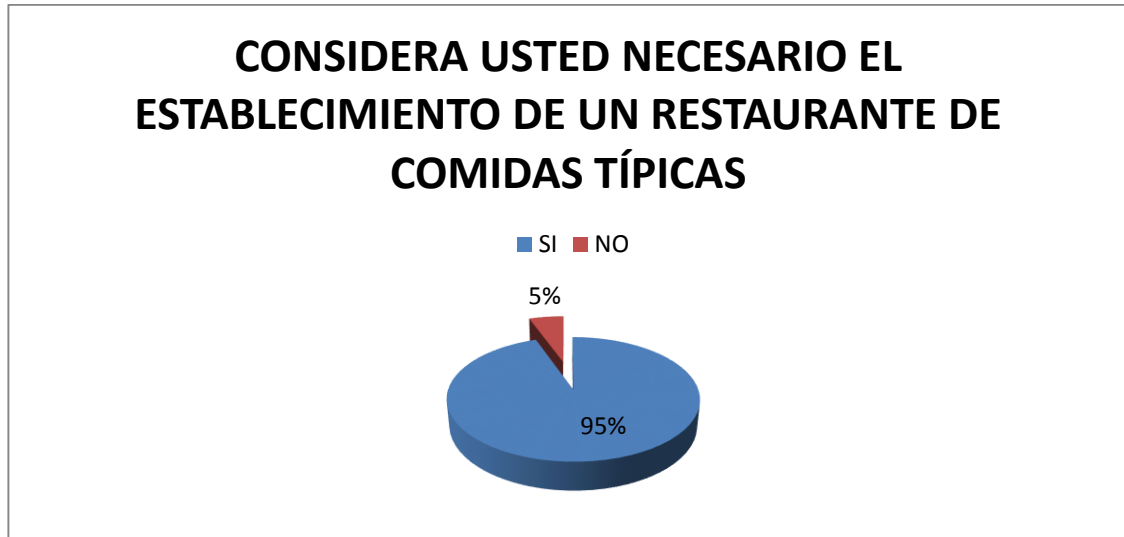
Cuadro 11

PREGUNTAS	Habitantes (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
SI	215	124	24	363	95%
NO	14	7	0	21	5%
TOTAL	229	131	24	384	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Gráfico 1



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- En el gráfico N° 1, se puede observar que el 95% de los encuestados determinan que sí, el 5% de los encuestados dicen que no, aprobando en su mayoría la construcción del restaurante de comidas típicas en vista de que la competencia no brinda los servicios necesarios para la satisfacción de sus necesidades

Pregunta 2.- ¿Con qué frecuencia sale a consumir en un restaurante?

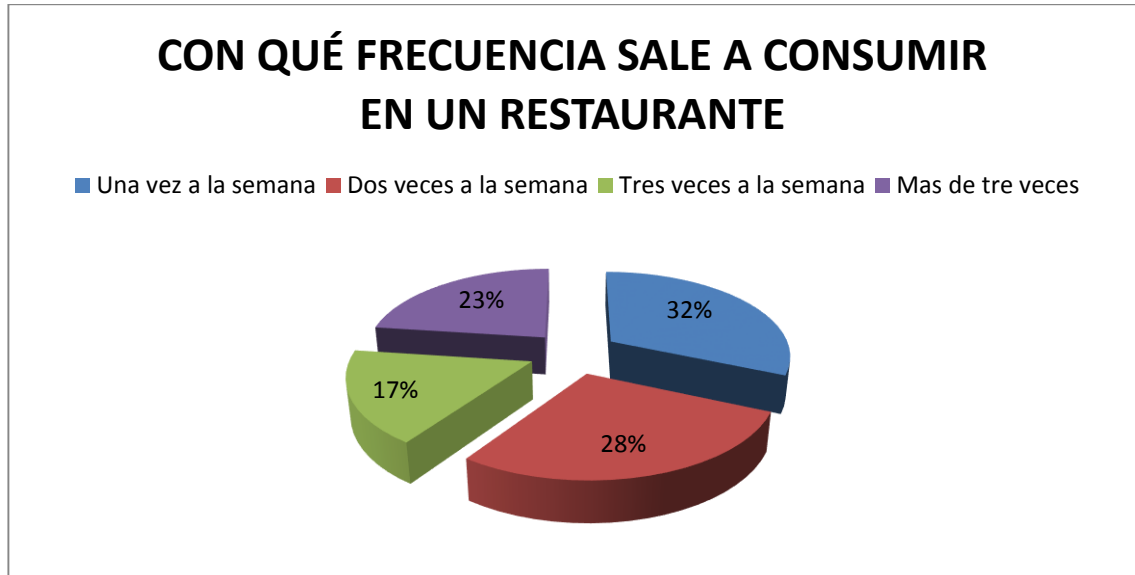
Cuadro 12

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Una vez a la	50	56	10	116	32%
Dos veces a la	62	26	14	102	28%
Tres veces a la	40	22	0	62	17%
Más de tres veces	63	20	0	83	23%
TOTAL	215	124	24	363	100

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 2



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- En el gráfico N° 2, se determina que el 32% sale una vez a la semana, el 28% sale dos veces a la semana, el 17% sale tres veces a la semana y el 23% sale más de tres veces, con lo que se deduce que el restaurante es la solución a los problemas alimenticios de la población encuestada. El mayor porcentaje representa a la frecuencia de una vez por semana en vista de que la mayoría de población encuestada es local.

Pregunta 3.- ¿Cuándo sale a consumir fuera de casa, generalmente cuántas personas le acompañan (familiares y/o amigos)?

Cuadro 13

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Ninguna	32	2	10	44	12%
Una Persona	55	20	8	83	23%
Dos Personas	65	42	6	113	31%
Tres Personas	42	27	0	69	19%
Más de Tres	21	33	0	54	15%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 3



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- El gráfico N° 3, determina que el 12% sale solo, el 23% sale acompañado por una persona, el 31% sale con dos personas, el 19% sale con tres personas y el 15% sale con más de tres personas, por lo tanto se define que la gran parte sale siempre acompañado por lo que la demanda será mayor.

Pregunta 4.- ¿Cuándo sale a consumir fuera de casa, generalmente cuánto gasta en promedio por persona?

Cuadro 14

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
2-3 Dólares	36	0	0	36	10%
3-5 Dólares	66	18	0	84	23%
5-7 Dólares	25	73	0	98	27%
Más de 7	88	33	24	145	40%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 4



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- El gráfico N° 4, determina que 10% gasta de 2 a 3 dólares, el 23% gasta de 3 a 5 dólares, el 27% gasta de 5 a 7 dólares, el 40% gasta más de 7 dólares por salida por lo que es importante tener variedad gastronómica para el satisfacer las necesidades de los clientes.

Pregunta 5.- ¿Cómo prefiere Cancelar?

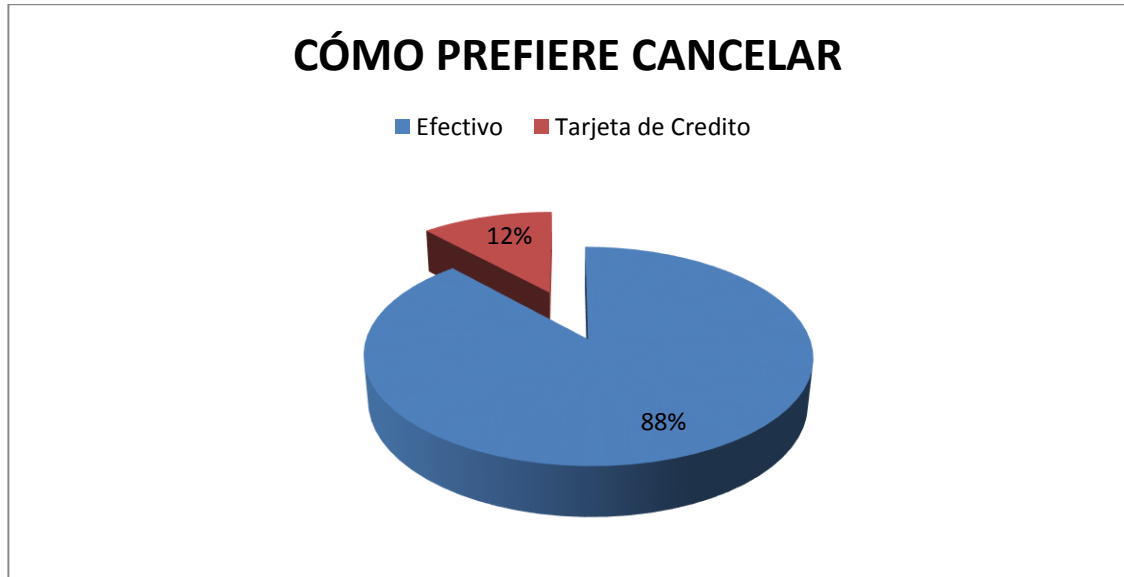
Cuadro 15

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Contado	201	112	6	319	88%
Tarjeta de	14	12	18	44	12%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 5



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- En el gráfico N° 5, se determina que el 88% de la población encuestada cancela el consumo realizado en efectivo y el 12% de los encuestados cancela con tarjetas de crédito, por lo que es importante señalar que el consumo en su mayoría siempre se cancelará en efectivo. Por lo tanto el restaurante debe tener la máquina que pueda realizar las transacciones correspondientes de las diferentes tarjetas de crédito que presentaran los consumidores.

Pregunta 6.- ¿Qué tipo de local preferiría para el funcionamiento del restaurante?

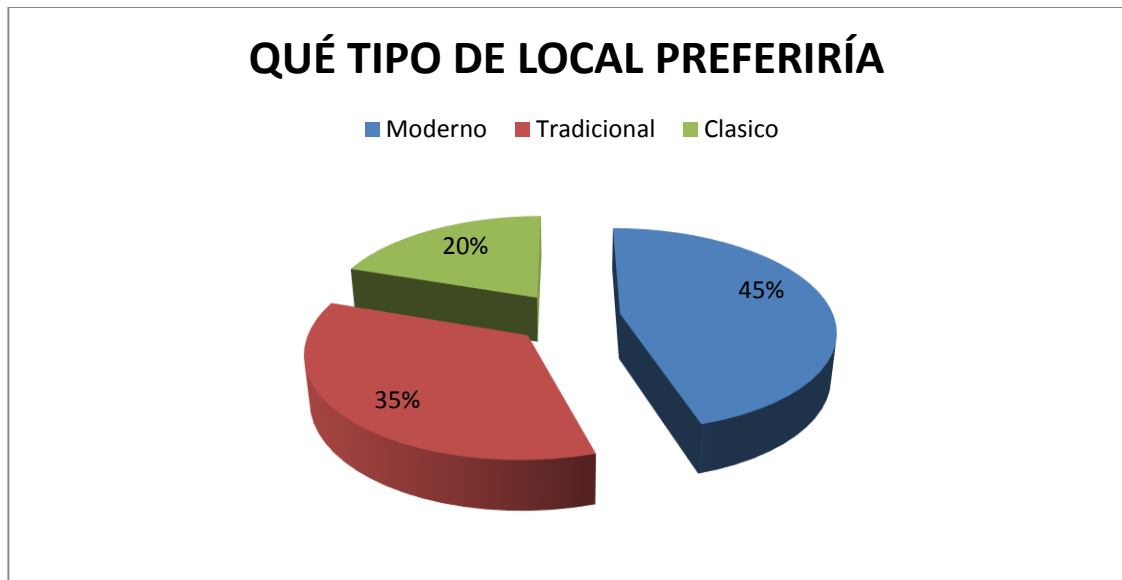
Cuadro 16

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Moderno	88	63	12	163	45%
Tradicional	67	52	8	127	35%
Clásico	60	9	4	73	20%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 6



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- En el gráfico N° 6, es importante destacar que el 45% prefiere un restaurante moderno, el 35% prefiere un restaurante tradicional y el 20% prefiere un restaurante clásico, razón por lo que el diseño del restaurante debe contener un ambiente moderno y acogedor tomando en cuentas estas características determinadas por la demanda.

Pregunta 7.- ¿Dónde le gustaría que se ubique el restaurante?

Cuadro 17

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Ingreso a la ciudad	50	33	4	87	24%
Centro	76	27	2	105	29%
Fuera de la ciudad	89	64	18	171	47%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 7



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- En el gráfico N° 7, se demuestra que el 24% de la población determina que la ubicación sería en el ingreso de la ciudad, el 29% dice que debe ser en el centro y el 47% indica que debe ser fuera de la ciudad, por lo que la construcción se debe ubicar fuera de la ciudad, para que los demandantes puedan consumir los productos que el restaurante ofrece y a la vez puedan observar los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales que se encuentran en el lugar, además de disfrutar la abundancia y belleza de flora y fauna endémicas únicas existentes en el lugar.

Pregunta 8.- ¿Qué tipo de platos prefiriere consumir? (favor indique una sola respuesta)

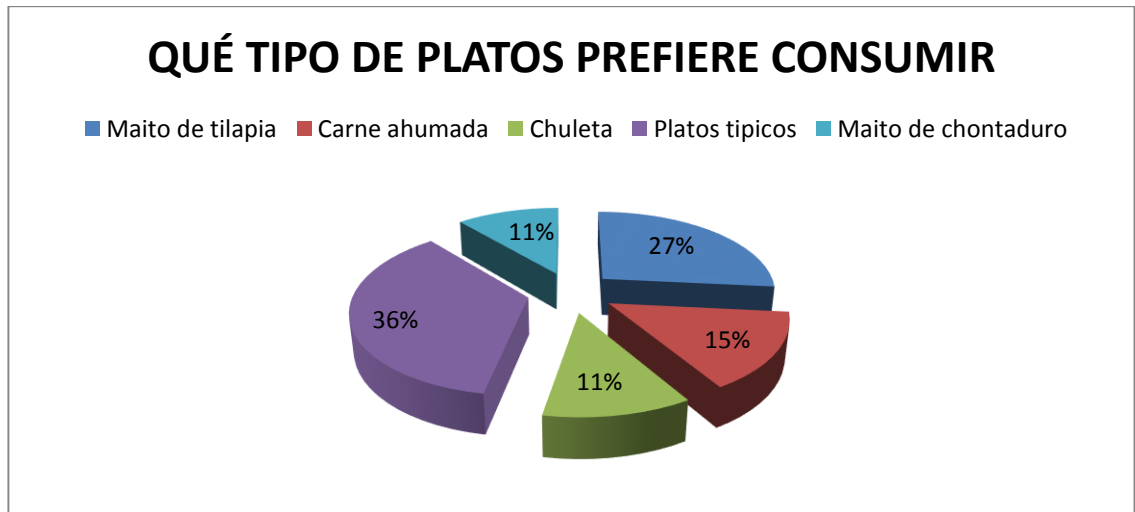
Cuadro 18

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Maito de tilapia	47	43	8	98	27%
Carne ahumada	44	7	3	54	15%
Chuleta	35	5	0	40	11%
Platos típicos	63	57	11	131	36%
Maito de	26	12	2	40	11%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 8



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- En el gráfico N° 8, se observa que el 27% de la población encuestada prefiere comer Maito de tilapia, el 15% carne frita, el 11% chuleta, el 36% platos típicos y el 11% Maito de chontacuro, es importante tener un variado menú en el restaurante con gran variedad de platos típicos ya que las personas que visitan el lugar prefieren degustar los platos típicos de la zona.

Pregunta 9.- ¿Cuáles son los aspectos que se deberían mejorar en un restaurante? (favor indique)

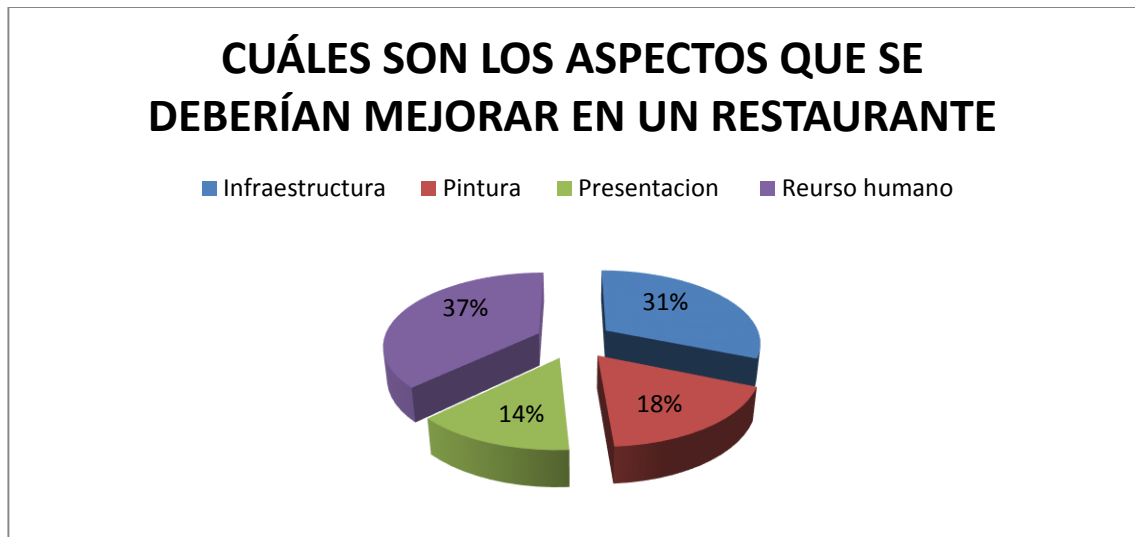
Cuadro 19

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Infraestructura	60	43	10	113	31%
Pintura	59	5	1	65	18%
Presentación	41	9	1	51	14%
Recurso	55	67	12	134	37%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 9



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Interpretación.- Al observar el gráfico N° 9, se demuestra que el 31% determina que hay que mejorar la infraestructura, el 18% la pintura del lugar debe tener acorde a un restaurante, el 14% la presentación y el 37% determina que el recurso humano es el importante en un restaurante es decir la calidad de servicio también se toma en cuenta para que el cliente pueda regresar y promocionar a sus conocidos y amigos.

Pregunta 10.- ¿Sí los servicios mejoran, que porcentaje estima Usted se podría incrementar en su consumo?

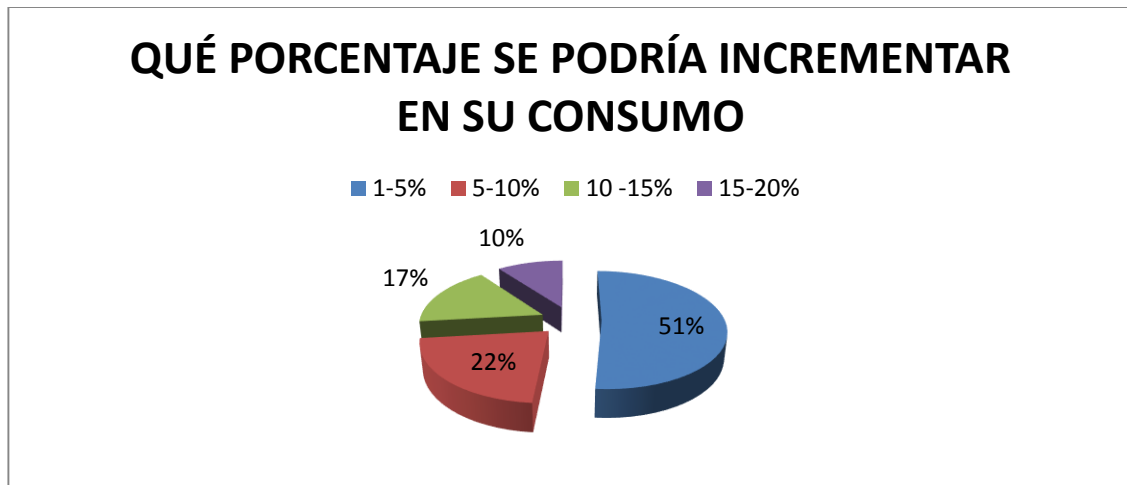
Cuadro 20

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
1-5%	139	43	3	185	51%
5-10%	23	52	5	80	22%
10-15%	38	21	3	62	17%
15-20%	15	8	13	36	10%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 10



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

INTERPRETACIÓN.- De acuerdo al gráfico N° 10, el 51% de los encuestados determinan un incremento de porcentaje del 1 al 5%, el 22% un incremento en sus gastos del 5 al 10% de incremento, el 17% determina un incremento del 10 al 15%, y el 10% de la población determina un porcentaje del 15 al 20% , por lo que es importante mejorar los servicios ofertando calidad y siempre estar a la vanguardia de la competencia.

Pregunta 11.- ¿Cuál es la razón por la que nos elegirías a nosotros ante los otros restaurantes?

Cuadro 21

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Experiencia	49	13	0	62	17%
Recomendación	45	16	4	65	18%
Precios	26	61	11	98	27%
Buena Fama	33	16	5	54	15%
Publicidad	62	18	4	84	23%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 11



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

INTERPRETACIÓN.- De acuerdo al gráfico N° 11, el 17% de los encuestados determinan que la razón es por la experiencia el 18% por una recomendación, el 27% determina por los precios, el 15% informa que la razón de elegirlos es por la buena fama y el 17% de la población determina por la publicidad, cada una de estas razones ayudan a mejorar la tradición de un buen restaurante.

Pregunta 12.- ¿Ha visitado alguna vez un restaurante de comidas típicas?

Cuadro 22

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
SÍ	77	76	18	171	47%
NO	138	48	6	192	53%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 12



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

INTERPRETACIÓN.- De acuerdo al gráfico N° 12, el 47% de los encuestados determinan que Sí han visitado un restaurante de comidas típicas y el 53% determina que No, por lo que es importante mantener y mejorar día a día el servicio a sus clientes.

Pregunta 13.- ¿Por qué medios de comunicación y publicitarios le gustaría recibir información sobre el restaurante?

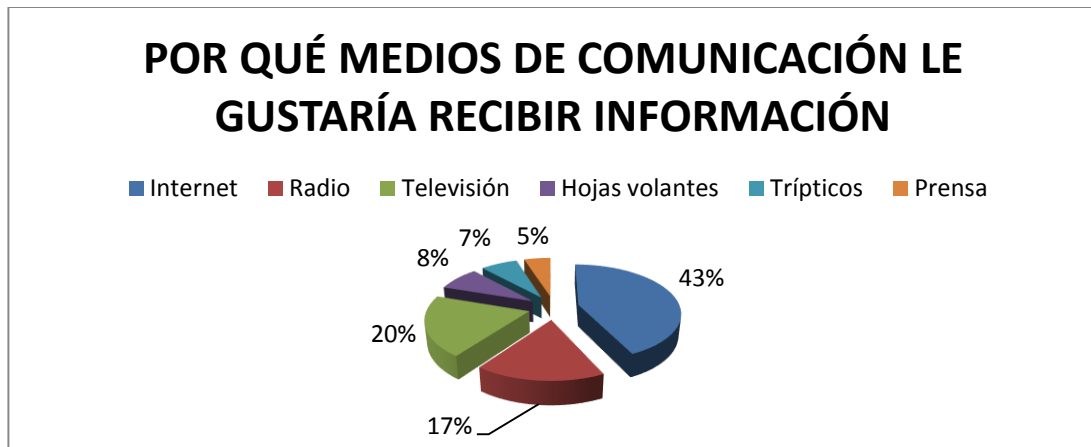
Cuadro 23

PREGUNTAS	Habitantes. (Parroquia)	Turistas. Nacionales	Turistas. Internacionales	TOTAL	%
Internet	72	70	14	156	43%
Radio	28	28	6	62	17%
Televisión	51	18	4	73	20%
Hojas volantes	27	2	0	29	8%
Trípticos	23	2	0	25	7%
Prensa	14	4	0	18	5%
TOTAL	215	124	24	363	100%

Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Gráfico 13



Fuente: Encuestas.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

INTERPRETACIÓN.- De acuerdo al gráfico N° 13, el 43% de los encuestados determinan que recibe información por internet, el 17% determina que es por radio, el 20% determina por televisión, el 8% mediante hojas volantes, el 7% mediante trípticos y el 5% informa que la información la obtiene mediante la prensa.

6.2.2 Demanda de la Parroquia El Dorado.

Para establecer la demanda del proyecto se toma en cuenta la información recolectada de las encuestas realizadas a la población del cantón Cáscales y a los turistas nacionales e internacionales.

6.2.2.1 Perfil del visitante.

A través de la aplicación de las 384 encuestas realizadas se obtuvo el perfil del visitante que acudirá al restaurante de comidas típicas “El buen sabor”, con el siguiente resultado; La población del Cantón Cáscales representa el 60% con 13.141 habitantes y la población de turistas es del 40% que representa la cantidad de 8.893 turistas tanto nacionales como

internacionales, los encuestados consideran que si es necesario establecer un restaurante de comidas típicas con un 95%, la frecuencia con la que sale a consumir en un restaurante es de por lo menos una vez a la semana con un 32%, cuando sale a consumir fuera de casa siempre le acompaña dos personas con un 31%, realiza un gasto de más de 7 dólares con un 40%, la mayoría prefiere cancelar de contado con un 88%, el tipo del local de preferencia es de tipo moderno con un 45%.

Es importante señalar que la ubicación del restaurante de preferencia debe ser fuera de la ciudad con un 47%, los platos más preferidos son los platos típicos con un 36%, los aspectos que deben mejorar en un restaurante es el recurso humano que sea calificado con 37%, la razón fundamental para elegir nuestro restaurante son los precios con un 27%, el grado de satisfacción fue excelente con un 45%

6.2.2.2 Demanda Potencial.

Se consideró la totalidad de la población del Cantón Cáscales con una tasa de crecimiento del 2,10 y el número de turistas con una tasa de crecimiento del 2,35%.

Cuadro 24 Demanda Potencial PEA.

Año	PEA	Tasa de crecimiento 2,10%	Demandantes potenciales
0	13141	2,10%	13417
1	13417	2,10%	13699
2	13699	2,10%	13986
3	13986	2,10%	14280
4	14280	2,10%	14580
5	14580	2,10%	14886

Fuente: INEC 2010.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 25 Demanda Potencial Turistas.

Año	Turistas	Tasa de crecimiento 2,35%	Demandantes potenciales
0	8893	2,35%	9102
1	9102	2,35%	9316
2	9316	2,35%	9535
3	9535	2,35%	9759
4	9759	2,35%	9988
5	9988	2,35%	10223

Fuente: Ministerio de Turismo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 26 Proyección de la Demanda "Potencial Total.}

Año	Demandantes potenciales PEA	Demandantes potenciales turistas	Demanda potencial total
0	13417	9102	22519
1	13699	9316	23015
2	13986	9535	23521
3	14280	9759	24039
4	14580	9988	24568
5	14886	10223	25109

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.2.2.3 Demanda Real.

La proyección de la demanda real se establece de acuerdo a la pregunta N° 12 que indica; ¿Ha visitado alguna vez un restaurante de comidas típicas?, manteniendo un 47%.

Cuadro 27 Demanda Real.

Año	Demandantes Potenciales	Demandantes Reales 47 %
0	22519	10584
1	23015	10817
2	23521	11055
3	24039	11298
4	24568	11547
5	25109	11801

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.2.2.4 Demanda Efectiva.

Para determinar la demanda efectiva se consideró la pregunta N° 1; ¿Considera usted necesario el establecimiento de un restaurant de comidas típicas en la Parroquia el Dorado nuevo y moderno que satisfaga sus demandas alimenticias?, con un 95%. Con un promedio de visita de 3 veces.

Cuadro 28 Demanda Efectiva.

Año	Demanda Potencial	Demanda Real 47%	Demanda Efectiva 95%	Promedio de visita anual	Demanda efectiva total
0	22519	10584	10055	3	30164
1	23015	10817	10276	3	30828
2	23521	11055	10502	3	31507
3	24039	11298	10733	3	32200
4	24568	11547	10970	3	32909
5	25109	11801	11211	3	33634

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.2.2.5 Demanda Insatisfecha.

Se obtiene de la resta de la demanda efectiva y de la oferta realizada por otros restaurantes.

Cuadro 29 Demanda Insatisfecha.

Año	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	30164	1000	29164
1	30828	1000	29828
2	31507	1000	30507
3	32200	1000	31200
4	32909	1000	31909
5	33634	1000	32634

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.2.3 Oferta de la Parroquia El Dorado.

El Dorado no cuenta con infraestructura apropiada que brinde un servicio acorde a los precios y al estatus de sus clientes, hay pocos lugares que ofertan servicio de comidas en forma de covachas. Razón fundamental para que se pueda explotar este servicio con calidad, una buena promoción y publicidad tratando siempre de mejorar los siguientes aspectos.

- Capacitación constante a empleados nuevos y viejos,
- Abordaje a nuevos tipos de mercado,
- Buena cantidad de proveedores de insumos,
- Pocos competidores,
- Fuerte poder adquisitivo,
- Buena aceptación de los consumidores,
- Precios competitivos.

6.2.3.1 Sondeo de mercado.

El mercado tiene una gran demanda del servicio de restaurant ya que muchas familias por sus trabajos no pueden realizar actividades de restauración, por ello la mayoría se alimenta fuera de su casa, buscando alternativas que satisfagan sus gustos y preferencias, tomado en cuenta los siguientes aspectos fundamentales para el crecimiento de la idea del negocio iniciada: Ampliación de la clientela; Capacitación constante, Abordaje a nuevos tipos de mercado; Necesidad insatisfecha del servicio o producto; Buena cantidad de proveedores de insumos; Nuevos conceptos en el área; Buena aceptación de los consumidores; Precios competitivos.

6.2.4 Marketing Mix.

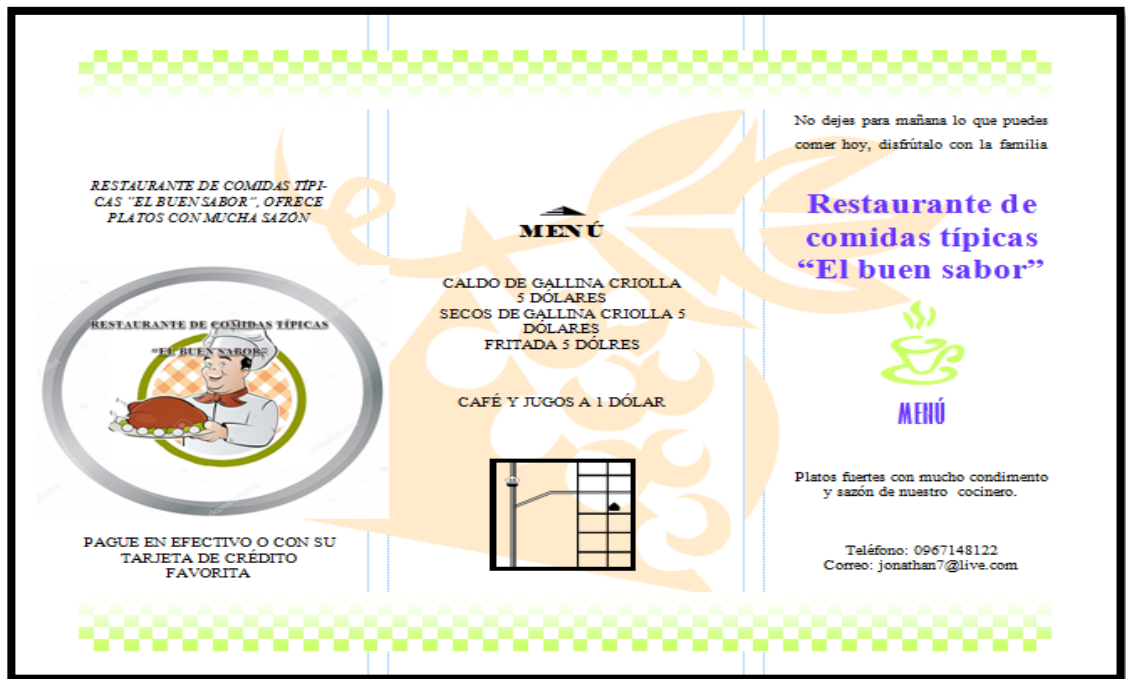
El negocio es de servicios de restauración de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, ofertando platos típicos de calidad, la materia prima se la comprará a diferentes pobladores que se dedican a la crianza y venta de aves y

animales del lugar, con la finalidad de mejorar y garantizar la estabilidad económica del restaurante y de la población local. Además el Marketing es el análisis de las 4 P (Producto, precios, plaza, promoción), además es importante para posicionar los servicios en el mercado.

6.2.4.1 Producto.

El Restaurant, oferta productos netamente típicos del lugar. En el que se incorporan platos para el deleite del paladar de las personas que visitan el lugar.

Imagen 1 Menú.



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.2.4.2 Precio

Los precios son analizados dependiendo de la competencia y sobre todo agregándoles calidad a nuestros productos a través del servicio personalizado y cordial a todos los visitantes.

6.2.4.3 Plaza

El Diseño del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, se lo realizó en la Parroquia El Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.

6.2.4.4 Promoción.

La promoción se lo realiza en forma generalizada todos los días, es decir que siempre habrá la promoción de descuentos especiales y establecidos de acuerdo a la cantidad de personas que solicitan el servicio del restaurante y de obsequios de suvenires, camisetas y gorras.

Imagen 2 Camiseta.



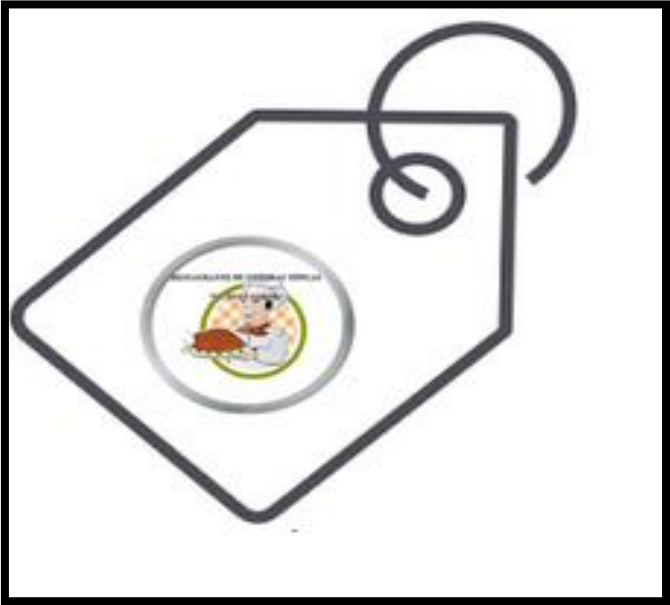
Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Imagen 3 Gorra.



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Imagen 4 Suvenires (Llaveros).



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Imagen 5 Tarjetas de presentación.



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

Cuadro 30 Gastos en publicidad.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Tarjetas de presentación	Millar	1	90,00	90	7,50
Suvenires (Llaveros)	Centena	5	300,00	1500	125,00
Camisetas	Centena	2	600,00	1200	100,00
Gorros	Centena	2	300,00	600	50,00
Trípticos	Centena	2	100,00	200	16,67
Total				3590	299,17

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

6.3 Determinar el tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para la propuesta de inversión.

Para determinar el tamaño del proyecto se toman en cuenta los siguientes aspectos fundamentales para la determinación de su diseño.

6.3.1 Tamaño.

El sitio destinado para el restaurante de comidas Típicas tiene una extensión de 2 hectáreas es decir 20000 m².

Fotografías 1 Lugar de ejecución.



Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.3.2 Capacidad instalada

Aquí hacemos referencia al volumen de producción, en nuestro caso el restaurante de comidas típicas El Dorado, esta capacidad ha sido estudiada de acuerdo a la inversión y capacidad de acogida de los usuarios.

De acuerdo al análisis técnico podemos decir que la cantidad de personas que podrán hacer uso de las instalaciones en un número de 120 personas por servicio, es decir tomando en cuenta servicio de desayuno, almuerzo, merienda y platos a la carta en los diferentes horarios establecidos para el restaurante. Así tenemos que por día podremos atender 480 personas y que anualmente el restaurante podrá atender a 175200 personas como se muestra en el cuadro.

Cuadro 31 Capacidad instalada

Número de mesas	Silla/mesa	Nro. De personas atendidas	Rotación del restaurante	Total de personas atendidas	Días	Total anual
30	4	120	4	480	365	175200

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

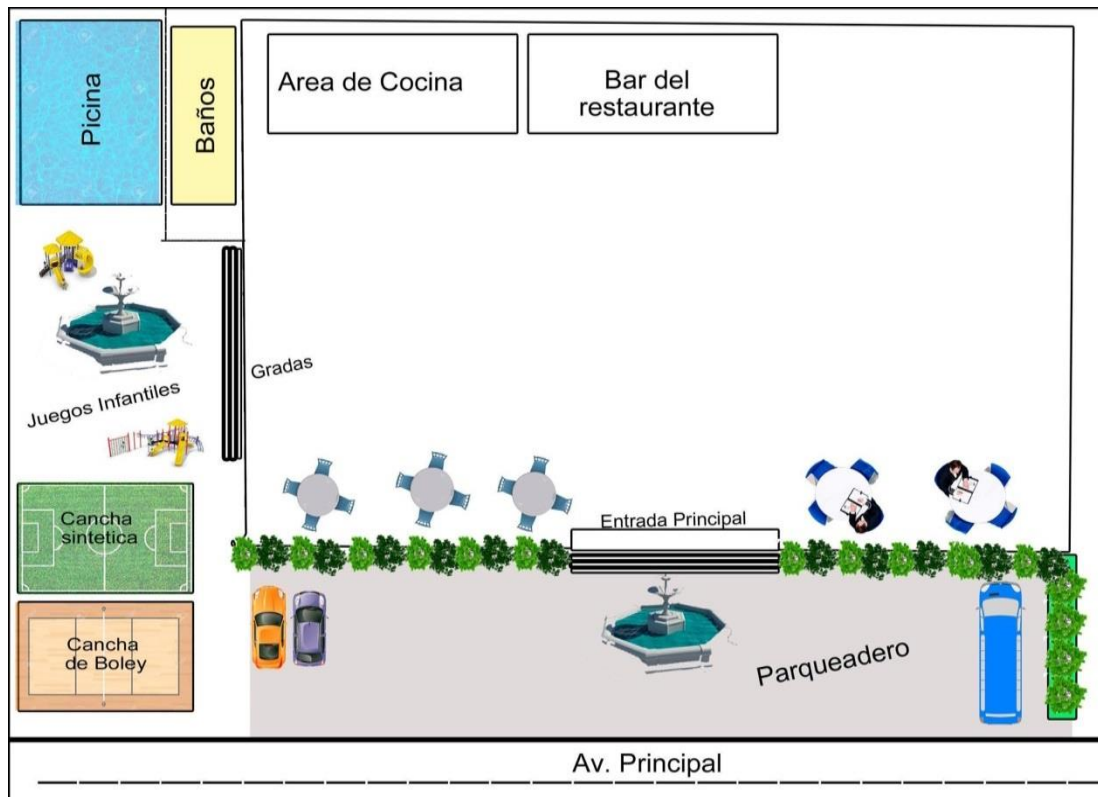
6.3.3 Localización.

El proyecto se encuentra localizado en la Parroquia el Dorado perteneciente al Cantón Cáscales.

6.3.4 Idea de negocio.

La idea del negocio es contar con restaurante, cocina, piscina, cancha de vóley, cancha de futbol, parqueaderos, juegos infantiles. Con estos servicios se brinda distracción, entretenimiento y esparcimiento a los visitantes.

Imagen 6 idea de negocio.



Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

La idea de negocio es el diseño de un restaurante de comidas típicas para satisfacer las necesidades de los consumidores, dándoles la satisfacción a sus gustos y preferencias, aportando de esta manera al mejoramiento del cliente externo, de la población local y turistas nacionales e internacionales, logrando el engrandecimiento económico de la localidad y de su propietario.

6.3.5 Ingeniería del Proyecto.

Diseño del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, mediante la elaboración del plan de negocios para fortalecer el turismo gastronómico de la Parroquia El Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos. Consistió en diseñar el restaurante de comidas típicas en la Parroquia el Dorado con la finalidad de brindar servicio de alimentación a los pobladores locales y a los visitantes nacionales e internacionales cumpliendo con calidad

y solidez la demanda insatisfecha ya que el lugar no cuenta con un restaurante que brinde diferentes menús.

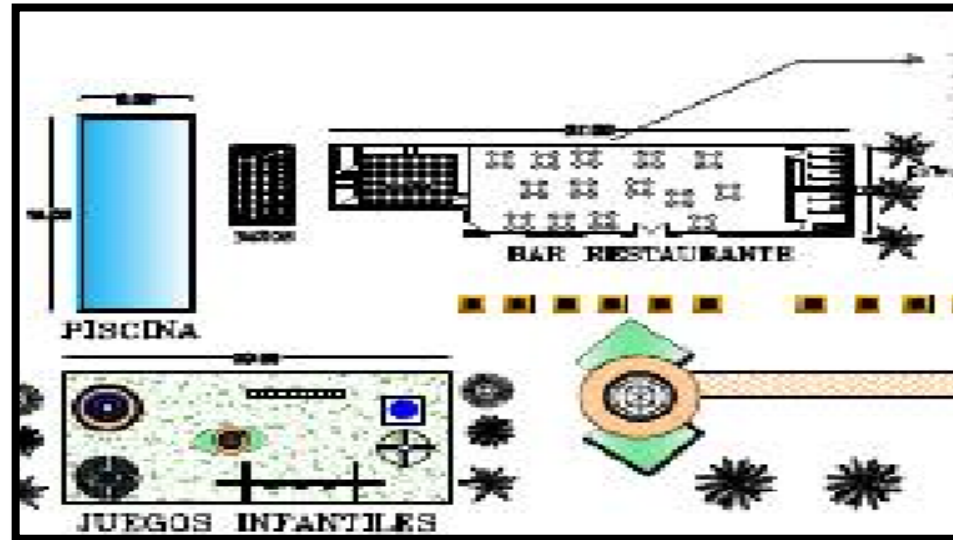
Imagen 7 Ingeniería del proyecto.



Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Imagen 8 Restaurante.



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.3.6 Capacidad Utilizada.

Aquí definimos las persona que llegarán a usar las instalaciones restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, para determinar este cálculo se tomó en cuenta la capacidad instalada que se encuentra definida.

En base al estudio de mercado y los resultados obtenidos con respecto a la preferencia de consumo de los visitantes tenemos que ofreceremos 4 servicios, el desayuno que costará \$ 3.00, almuerzo y cena \$3,25 respectivamente y los platos a la carta con un precio promedio de \$10.00. Obtenemos los ingresos de nuestra capacidad utilizada como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro 32. Capacidad utilizada

Servicio	Nro. De personas atendidas	Días	Rotación del restaurante	Total de personas atendidas	Precios	Total anual \$
Desayuno	10	365	1	3650	2,65	\$ 9.672,50
Almuerzo	30	365	1	10950	3,60	\$ 39.420,00
Merienda	10	365	1	3650	3,55	\$ 12.957,50
Platos/Carta	10	365	1	3650	10	\$ 36.500,00
				Total	21900	\$ 98.550,00
Servicio	Nro. De personas atendidas	Días	Rotación del restaurante	Total de personas atendidas	Precio/ Promedio	Total anual \$
Alimentación	60	365	1	21900	4,95	\$ 108.405,00
					Total	\$ 108.405,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian

6.3.7 Misión.

El restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, es un restaurante comprometido con la innovación y la creatividad, superando las expectativas de nuestros clientes con una amplia gama de comida típica de la región.

6.3.8 Visión.

Ser reconocidos como un restaurante original, solido, profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece comida típica Amazónica de excelencia, capaz de desarrollar en cada uno de nuestros colaboradores; su capacidad creativa a favor del cliente.

6.3.9 Objetivos.

Que el cliente disfrute de su estancia con sus familiares y amigos sin perder el espíritu de la región amazónica. Así como también que en cada una de sus visitas, se lleven una porción de la buena mesa y del buen servicio de comidas típicas “EL BUEN SABOR”.

6.3.10 Valores.

Desarrollar una estructura integral en nuestro equipo de colaboradores, actitud de servicio, convivencia y armonía en un ambiente de profesionalismo, honestidad y entusiasmo, en el trabajo.

6.3.11 Integrantes.

Las personas que impulsan el proyectos son las siguientes:

- Parra Cedeño Jonathan Cristhian (Hijo)
- Parra Carlos Luís (Padre)

6.3.12 Logotipo.

Imagen 9 Logotipo.



Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

El logotipo del restaurante de comidas típicas “El buen sabor”, se encuentra enmarcado en un círculo de color negro en su interior el nombre del restaurante y un cocinero ofreciendo en una bandeja la gallina criolla con sus ingredientes típicos del lugar. En el fondo encontramos un mantel de colores.

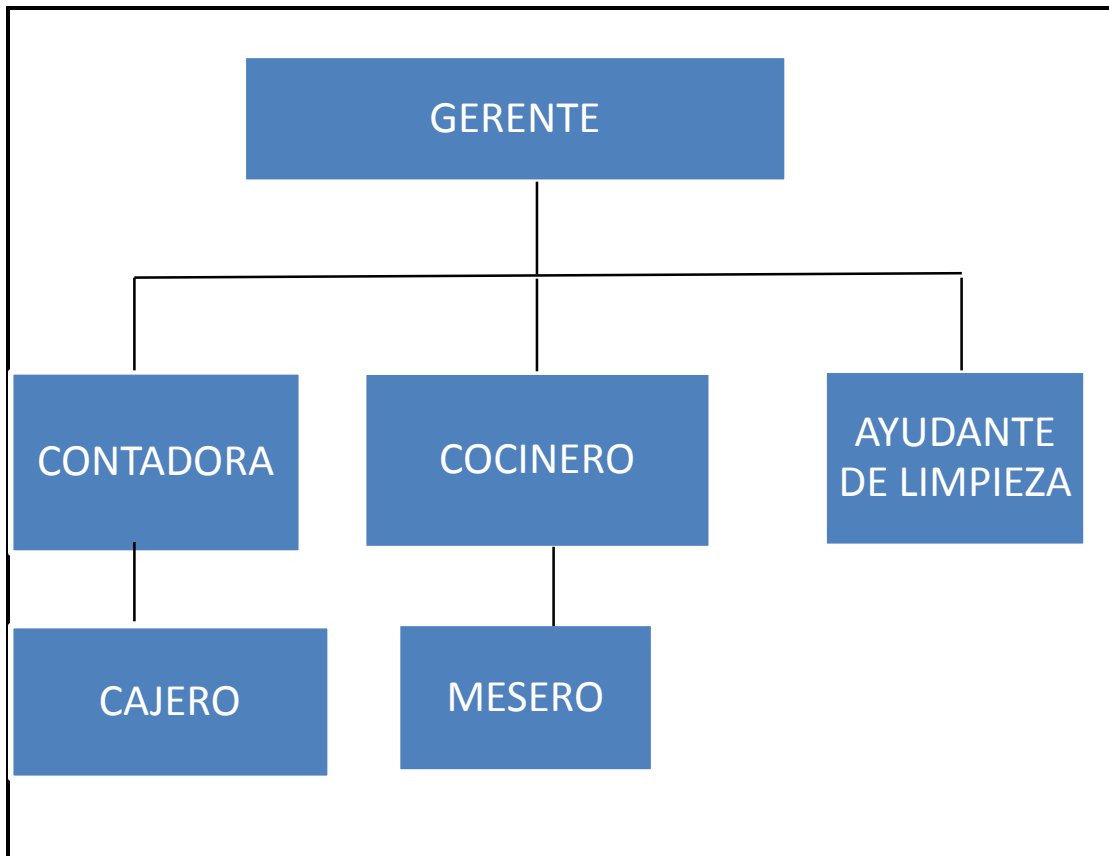
6.3.13 Slogan.

No dejes para mañana lo que puedes comer hoy, disfrútalo con la familia y amigos.

6.3.14 Organigrama estructural de la empresa.

La empresa cuenta con un gerente, contadora, cajero, cocinero, ayudante de cocina y un ayudante de limpieza.

Imagen 10 organigrama estructural.



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.3.15 Manual de Funciones.

Las personas que laboran en la empresa deben cumplir con las siguientes funciones.

Cuadro 33 Funciones Gerente.

Puesto:	Gerente	Categoría:	Gerencia
Salario bruto anual:	9600		
Salario bruto mensual:	800	No. De pagas:	12
Localización del puesto de trabajo en el organigrama: Reporta y Dirige las áreas operativas			
FUNCIONES	Realizar estrategias para atraer nuevos clientes.		
	Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades		
	Manejo y control de recursos		
	Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas.		
	Solucionar todas las quejas de los clientes.		
TAREAS	Procurar dar un servicio personalizado a todos los clientes.		
	Conocer el funcionamiento del área operativa y administrativa.		
	Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas		
	Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios		
RESPONSABILIDADES	Garantizar el buen uso y mantenimiento de las instalaciones.		
	Identificar y resolver problemas que surjan en el trabajo.		
	Promover la consecución de objetivos propuestos.		
	Fomentar una cultura organizacional óptima.		
ATRIBUCIONES	Eliminar o crear nuevos puestos de trabajo.		
	Asignar tareas ocasionales de apoyo a otras áreas.		
	Disposición inmediata de recursos.		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Varios	Semanal	Contadora.
	Varios	Semanal	Personal del restaurant.
	Supervisión	Semanal	Personal.
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Adquisiciones	Semanal	Proveedores
	Medir satisfacción	Semanal	Clientes
	Promoción	Semanal	Inst. públicas y privadas
Otros datos de interés	Participará de reuniones con los dueños del restaurant de comidas típicas "El buen Sabor".		

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 34 Funciones Contadora.

Puesto:	Contadora	Categoría:	Apoyo gerencial
Salario bruto anual:	7200		
Salario bruto mensual:	600	No. De pagas:	12
Asesoría - Apoyo			
FUNCIONES	Brindar soporte al gerente del Restaurante de comidas típicas "El buen Sabor".		
	Llevar los libros de acuerdo a las técnicas contables.		
	Realizar pagos por adquisiciones y sueldos.		
TAREAS	Recepción, organización y archivo de documentos.		
	Presentar informes semanales al gerente.		
	Proporcionar estadísticas financieras.		
	Realizar la declaración de impuestos.		
RESPONSABILIDADES	Asegurar un manejo contable eficaz.		
	Brindar apoyo en facturación y ventas.		
	Mantener al corriente pagos, proveedores y empleados.		
ATRIBUCIONES	Tomar decisiones financieras referidas al Restaurante de comidas típicas "El buen Sabor".		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Información	Semanal	Gerente.
	Presentar estados financieros	Semanal y Mensual	Gerente.
	Cruce de información en ventas	Semanal, mensual y anual	Gerente.
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Pago de impuestos	mensual	S.R.I.
	Pago servicios	mensual	Instituciones
	Materias primas, insumos	semanal/Mensual	Proveedores
Otros datos de interés	Participar en cursos de actualización contable y tributaria.		

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 35 Funciones Cajero.

Puesto:	Cajero	Categoría:	Apoyo gerencial
Salario bruto anual:	6200		
Salario bruto mensual:	500	No. De pagas:	12
Apoyo			
FUNCIONES	Brindar soporte de contabilidad al Restaurante de comidas típicas “El buen Sabor”.		
	Administrar la información financiera.		
	Realizar cobros por ingreso a canchas.		
TAREAS	Recepción, organización y archivo de documentos.		
	Realiza actividades de cobranza dirigida a los clientes que ingresan al lugar.		
	Proporcionar estadísticas financieras.		
RESPONSABILIDADES	Asegurar un manejo contable eficaz.		
	Brindar apoyo en facturación y ventas.		
	Brindar apoyo de pagos, proveedores y empleados.		
ATRIBUCIONES	Tomar decisiones financieras referidas al Restaurante de comidas típicas “El buen Sabor”.		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Informes	Diarios, Semanal, mensual y anual.	Gerente, Contador.
	Presentar estados financieros	Diarios, Semanal, mensual y anual.	Gerente, Contador.
	Cruce de información en ventas	Diarios, Semanal, mensual y anual.	Gerente, Contador.
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Apoyo Pago de impuestos	Diarios, Semanal, mensual y anual.	S.R.I.
	Apoyo en pago de servicios	Diarios, Semanal, mensual y anual.	Instituciones públicas
	Apoyo en pagos de materias primas, insumos y materiales	Diarios, Semanal, mensual y anual.	Proveedores
Otros datos de interés	Participar en cursos de actualización contable y tributaria.		

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 36 Funciones Cocinero.

Puesto:	Cocinero	Categoría:	Apoyo gerencial
Salario bruto anual:	7200		
Salario bruto mensual:	600	No. De pagas:	12
Puesto del que depende		Gerencia	
Calidad y servicio.			
FUNCIONES	Verificar y solicitar insumo de acuerdo a los requerimientos del servicio.		
	Planear y organizar actividades.		
	Usar y aplicar tecnologías en el trabajo.		
	Planear y preparar la producción del día.		
TAREAS	Usar ropa y calzado adecuado para el trabajo.		
	Supervisar la limpieza de la cocina.		
	Elaborar listado de materia prima.		
	Organizar los materiales y utensilios de cocina necesarios para preparar los alimentos.		
RESPONSABILIDADES	Comprobar los ingredientes necesarios.		
	Verificar que el sabor color y presentación del platillo cumplan con los estándares establecidos.		
	Supervisar el almacenamiento de los insumos.		
ATRIBUCIONES	Tomar decisiones referidas al Restaurante de comidas típicas “El buen Sabor”.		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Informes	Diario, Semanal, mensual y anual.	Gerente
	Presentar listado de insumos	Diario, Semanal, mensual y anual.	Gerente
	Cruce de información.	Diario, Semanal, mensual y anual.	Gerente
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Verificar gustos de los clientes.	Diario, Semanal, mensual y anual.	Gerente

	Contacto directo con los clientes.	Diario, Semanal, mensual y anual.	Gerente
	Materias primas, insumos y materiales	Diario, Semanal, mensual y anual.	Gerente
Otros datos de interés	Participar en cursos de actualización de cocina.		

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 37 Funciones Mesero.

Puesto:	Mesero	Categoría:	Apoyo gerencial
Salario bruto anual:	4800		
Salario bruto mensual:	400	No. De pagas:	12
Puesto del que depende		Gerencia	
Apoyo			
FUNCIONES	Limpiar,		
	Mezclar los ingredientes juntos.		
	Desplumar las aves de corral.		
TAREAS	Mantener limpio su lugar de trabajo.		
	Utilizar la vestimenta necesaria para el tipo de trabajo.		
	Utilizar calzado adecuado.		
	Mantener informado de requerimientos de insumos y materiales con el cocinero.		
RESPONSABILIDADES	Seguir de forma estricta los procedimientos de higiene, limpieza, salud y seguridad.		
	Colaborar con la tarea de cocinas básicas.		
	Manejo y mantenimiento en utensilios de cocina.		
ATRIBUCIONES	Apoyo en la toma de decisiones del Restaurante de comidas típicas "El buen Sabor".		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Varios	Diario, mensual, mensual, anual.	Cocinero.
	Presentar actividades realizadas	Diario, mensual, mensual, anual.	Cocinero.

	Cruce de información	Diario, mensual, mensual, anual.	Cocinero.
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Mantener relaciones humanas	Diario, mensual, mensual, anual.	Cocinero.
	Apoyo instalaciones del lugar.	Diario, mensual, mensual, anual.	Cocinero.
	Apoyo en el mantenimiento de materias primas, insumos y materiales	Diario, mensual, mensual, anual.	Cocinero.
Otros datos de interés	Participar en cursos de actualización de cocina.		

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 38 Funciones Ayudante de Limpieza.

Puesto:	Ayudante de Limpieza	Categoría:	Apoyo gerencial
Salario bruto anual:	4800		
Salario bruto mensual:	400	No. De pagas:	12
Puesto del que depende		Gerencia	
Apoyo			
FUNCIONES	Organizar con gerencia las funciones y sus diferentes áreas.		
	Mantener orden y limpieza en el lugar de bodega.		
	Realizar inventarios de los equipos.		
TAREAS	Ejecutar labores de limpieza en todas las áreas del Restaurante de comidas típicas "El buen Sabor".		
	Solicitar los equipos y herramientas necesarias para su normal funcionamiento.		
	Ordenar los muebles y equipos existentes en el área de trabajo.		
	Velar por la buena presentación en todas las áreas dispuestas por la gerencia para su normal funcionamiento.		

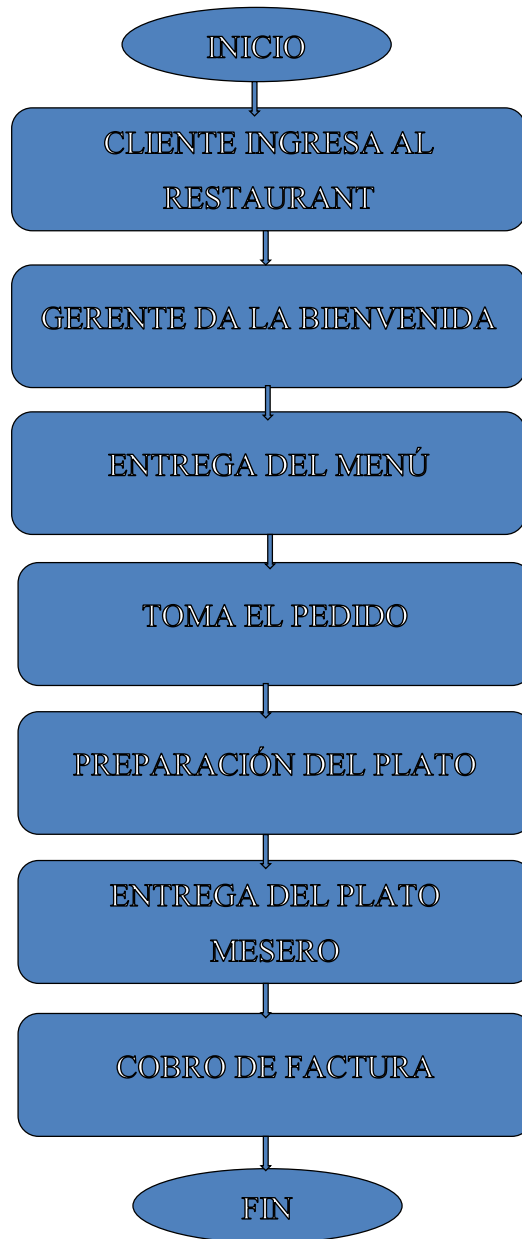
RESPONSABILIDADES	Informar periódicamente.		
	Mantener los baños y áreas en perfectas condiciones.		
	Clasificar la basura de acuerdo a su procedencia.		
ATRIBUCIONES	Apoyo en la toma de decisiones del Restaurante de comidas típicas “El buen Sabor”.		
RELACIONES INTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Cumplir con la misión y visión.	Diario, mensual, mensual, anual.	Gerente.
	Responde los bienes muebles a su cargo.	Diario, mensual, mensual, anual.	Gerente.
	Mantener cruce de información.	Diario, mensual, mensual, anual.	Gerente.
RELACIONES EXTERNAS	Motivo	Frecuencia	Puesto
	Desempeñar sus funciones a plenitud.	Diario, mensual, mensual, anual.	Gerente.
	Mantener relaciones humanas con los clientes.	Diario, mensual, mensual, anual.	Gerente.
Otros datos de interés	Participar en cursos de actualización.		

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.3.16 Diagrama del proceso de alimentación.

El proceso de alimentación se cumple con los siguientes pasos:

Imagen 11 Proceso.



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4 Realizar el estudio financiero que permita determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados de la propuesta de inversión.

El estudio financiero se lo realiza con la finalidad de conocer y determinar cuál será el monto total de inversión para poner en funcionamiento la empresa, además de conocer el financiamiento que se puede realizar, en función de los recursos humanos, materiales y físicos necesarios para ofrecer un servicio en el mercado.

6.4.1 Inversión.

La inversión del proyecto se lo realizará en activos fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo.

6.4.2 Activos Fijos.

Son todas las inversiones en bienes tangibles que realiza la empresa, tomando en cuenta, terrenos, construcción maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de seguridad, equipos de computación.

Cuadro 39 Terreno.

Detalle	Área	Valor m ²	Costo total
Terreno	20000m ²	3	60000,00
Total			60000,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 40 Construcción.

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Restaurante 20X7	140	220,00	13200,00
Cocina 7x5	35	220,00	13200,00
Piscina 15X6	90	250,00	15000,00
Cancha Vóley 18X9	162	80,00	4800,00
Cancha Fútbol 45X90	4050	300,00	18000,00
Parqueadero 30X3	90	80,00	4800,00
Juegos infantiles 20X10	200	120,00	7200,00
Total			76200,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 41 Maquinaria y equipo.

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Cocina Industrial	1	830,00	830,00
Licuada	1	100,00	100,00
Molino	1	80,00	80,00
Refrigerador	1	700,00	700,00
Cafetera	1	250,00	250,00
Cilindro de gas	1	80,00	80,00
Total			2040,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 42 Muebles y enseres.

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Juego comedor 6 pax	20	160,00	3200,00
Mueble para recepción	1	280,00	280,00
Aparador	1	350,00	350,00
Silla Giratoria	3	50,00	150,00
Sillas Plásticas	10	25,00	250,00
Total			4230,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 43 Equipos de oficina.

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Sumadora	1	180,00	180,00
Teléfono	1	90,00	90,00
Total			270,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 44 Equipos de seguridad.

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Extintor de incendios	1	125,00	125,00
Alarma	1	350,00	350,00
Total			475,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 45 Resumen activos fijos.

Activo	Valor
Terreno	60000,00
Construcción	7200,00
Maquinaria y Equipo	2040,00
Equipo de Computación	1480,00
Muebles y Enseres	4230,00
Equipo de oficina	270,00
Equipo de seguridad	475,00
Total	75695,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.3 Activo Diferido.

Son los valores a los cuales la empresa debe recurrir con la finalidad de que sea posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo, cubriendo todas las obligaciones necesarias para su normal funcionamiento. Aquí se encuentran el estudio preliminar, gastos de constitución, gastos de instalación.

Cuadro 46 Estudio Preliminar.

Descripción	Valor total
Estudio de mercado	200,00
Estudio técnico	300,00
Estudio administrativo	100,00
Estudio financiero	200,00
Estudio ambiental	100,00
Total	900,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 47 Gastos de constitución.

Descripción	Valor total
Permisos de funcionamiento	350,00
Patente municipal	80,00
Gastos de organización	180,00
Cuerpo de bomberos	35,00
Total	645,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 48 Gastos de instalación.

Descripción	Valor total
Gastos de instalación servicios básicos (agua, luz, internet, teléfono)	500,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 49 Resumen Activos diferidos.

Activo	Valor
Estudio preliminar	900,00
Gastos de constitución	645,00
Gastos de instalación	500,00
Total	2045,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4 Activo Circulante o Capital de trabajo.

Son los valores que debe gastar la empre con la finalidad de que sea posible laborar normalmente durante un periodo determinado, destacándose la materia prima, mano de obra, materiales indirectos, menaje, material de combustión, indumentaria, luz, agua,

6.4.4.1 Costos del servicio.

Materia prima.- Elementos necesarios para la elaboración del producto final.

Cuadro 50 Materia prima.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Arroz	arroba	4	15,00	60,00	720,00
Arveja seca	libra	20	1,00	20,00	240,00
Mote	libra	25	1,00	25,00	300,00
Yuca	libra	25	5,00	125,00	1500,00
Plátano maduro	racimó	2	4,00	8,00	96,00
Carne de cerdo	libra	150	3,00	450	5400,00
Carne de gallina	libra	100	3,50	350,00	4200,00
Papa	libra	25	0,70	17,50	210,00
Tomate	libra	15	1,00	15,00	180,00
Lechuga	unidad	10	1,00	10,00	120,00
Col morada	unidad	10	1,00	10,00	120,00

Pepino	unidad	12	1,00	12,00	144,00
Hierbas	unidad	20	1,00	20,00	240,00
Huevos	cubeta	10	3,50	35,00	420,00
Café	libra	20	5,00	100,00	1200,00
Naranja	unidad	1000	0,10	100,00	1200,00
Mora	libra	100	1,50	150,00	1800,00
Total				1507,50	18090,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.2 Mano de obra directa e indirecta.

Valores que se deben pagar a los empleados por transformar la materia prima en un producto o servicio.

Cuadro 51 Mano de Obra primer año.

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Total mensual	Total anual
Gerente	800,00	66,67	30,50	33,33	97,20	1027,70	12332,40
Contador	600,00	50,00	30,50	25,00	72,90	778,40	9340,80
Cajero	500,00	41,67	30,50	20,83	60,75	653,75	7845,00
Cocinero	600,00	50,00	30,50	25,00	72,90	778,40	9340,80
Mesero	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	529,10	6349,20
Ayudante de limpieza	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	529,10	6349,20
Total						4296,45	51557,40

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 52 Mano de obra segundo año.

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Fondos de reserva 8,33%	Total mensual	Total Anual
Gerente	824,72	68,73	30,5	34,36	100,20	68,70	1127,21	13526,55
Contador	618,54	51,55	30,5	25,77	75,15	51,52	853,03	10236,41
Cajero	515,45	42,95	30,5	21,48	62,63	42,94	715,95	8591,34
Cocinero	618,54	51,55	30,5	25,77	75,15	51,52	853,03	10236,41
Mesero	412,36	34,36	30,5	17,18	50,10	34,35	578,86	6946,28
Ayudante de limpieza	412,36	34,36	30,5	17,18	50,10	34,35	578,86	6946,28
Total							4706,94	56483,28

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 53 Resumen Costos Primos.

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima	1507,50	18090,00
Mano de obra directa	4296,45	51557,40
Total costo primo	5803,95	69647,40

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.3 Materiales indirectos.

Son elementos sujetos a transformación que no se puede cuantificar plenamente en la elaboración de los productos.

Cuadro 54 Materiales indirectos.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Sal	kilo	4	1,50	6,00	72,00
Azúcar	kilo	12	2,50	30,00	360,00
Aceite	litro	10	2,85	28,50	342
Achiote	litro	5	1,80	9,00	108,00
Especias variadas	Unidad	10	2,50	25,00	300,00
Mantequilla	libra	10	1,50	15,00	180,00
Manteca de cerdo	libro	20	3,00	60,00	720,00
Hortalizas variadas	Unidad	4	50,00	200,00	2400,00
Total				373,50	4482,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.4 Menaje.

Corresponde a todos los implementos, artículos, artefactos, necesarios para convertir la materia prima en productos o servicios.

Cuadro 55 Menaje.

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Olla de presión 6 litros	1	180,00	180,00	15,00
Ollas 45 litros	2	122,00	244,00	20,33
Ollas 50 litros	2	150,00	300,00	25,00
Sartén	5	10,25	51,25	4,27
Rallador acero	2	5,00	10,00	0,83
Juego de cuchillos	10	10,50	105,00	8,75
Tablas de picar	5	6,00	30,00	2,50

Cucharones acero	6	12,00	72,00	6,00
Exprimidor	12	4,50	54,00	4,50
juego de cernidores	2	4,00	8,00	0,67
Bandejas de acero	6	25,00	150,00	12,50
Legumbrera	10	21,00	210,00	17,50
Reposteros para especias	15	5,00	75,00	6,25
Cucharetas	5	6,00	30,00	2,50
Pinzas acero	3	15,00	45,00	3,75
Tazones acero	4	12,00	48,00	4,00
Vasos de vidrio	150	0,65	97,50	8,13
Vajilla 30 piezas (6 pax)	15	35,00	525,00	43,75
Cubiertos 24 piezas (6 pax)	20	25,00	500,00	41,67
Servilleteros	20	3,00	60,00	5,00
Jarra de vidrio	20	6,00	120,00	10,00
Salero	20	2,00	40,00	3,33
Azucarero	20	2,00	40	3,33
Total			2994,75	249,56

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.5 Material de combustión.

Material necesario para generar energía y transformar la materia prima por medio del calor.

Cuadro 56 Material de combustión.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor Anual	Valor mensual
Gas licuado de petróleo	bombona	96	2,50	240,00	20,00
Total				240,00	20,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.6 Indumentaria.

El personal debe estar completamente protegido para no tener complicaciones de asepsia.

Cuadro 57 Indumentaria.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Delantal	unidad	3	10,00	30,00	2,50
Gorros	unidad	6	5,00	30,00	2,50
Total				60,00	5,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.7 Agua.

Servicio indispensable para el área de producción y transformación de la materia prima.

Cuadro 58 Agua.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Agua	m ³	2000,00	0,05	90,00	7,50
Total				90,00	7,50

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.8 Energía Eléctrica.

Energía para poder ocupar todos los aparatos que necesitan fuerza motriz.

Cuadro 59 Energía Eléctrica.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Energía eléctrica	Kw/h	3500,00	0,09	315,00	26,25
Total				315,00	26,25

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.4.9 Mantenimiento de maquinaria y equipo.

Toda maquinaria y equipo tiene que ser mantenido y reparado de acuerdo al uso que realiza durante un periodo limitado de tiempo.

Cuadro 60 Mantenimiento Maquinaria y Equipo.

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	20,83	250,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 61 Resumen Gastos Indirectos.

Detalle	Valor mensual	Valor anual
Materiales indirectos	373,50	4482,00
Menaje	249,56	2994,75
Material de combustión	20,00	240,00
Indumentaria	5,00	60,00
Agua	7,50	90,00
Energía eléctrica	26,25	315,00
Mantenimiento maquinaria y equipo.	20,83	250,00
Total	702,65	8431,75

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.5 Costos de operación.

6.4.5.1 Sueldos y salarios primer y segundo año.

Constituyen la remuneración que se debe cancelar a las personas que laboran en la empresa.

Cuadro 62 Sueldos Primer Año.

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Total mensual	Total anual
Gerente	800,00	66,67	30,50	33,33	97,20	1027,70	12332,40
Contador	600,00	50,00	30,50	25,00	72,90	778,40	9340,80
Cajero	500,00	41,67	30,50	20,83	60,75	653,75	7845,00
Cocinero	600,00	50,00	30,50	25,00	72,90	778,40	9340,80
Mesero	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	529,10	6349,20
Ayudante de limpieza	400,00	33,33	30,50	16,67	48,60	529,10	6349,20
Total						4296,45	51557,40

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 63 Sueldos y salarios segundo año.

Cargo	Salario Básico Unificado	Décimo Tercera	Décimo Cuarta	Vacaciones	Aporte Patronal al IESS 12,15%	Fondos de reserva 8,33%	Total mensual	Total Anual
Gerente	824,72	68,73	30,5	34,36	100,20	68,70	1127	13526,55
Contador	618,54	51,55	30,5	25,77	75,15	51,52	853	10236,41
Cajero	515,45	42,95	30,5	21,48	62,63	42,94	716	8591,34
Cocinero	618,54	51,55	30,5	25,77	75,15	51,52	853	10236,41
Mesero	412,36	34,36	30,5	17,18	50,10	34,35	579	6946,28
Ayudante de limpieza	412,36	34,36	30,5	17,18	50,10	34,35	578,86	6946,28
Total							4706,94	56483,28

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.5.2 Útiles de oficina.

Son artículos necesarios para realizar actividades administrativas con la finalidad de mantener la empresa activa.

Cuadro 64 Útiles de Oficina.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Resma Papel Bond	resma	5	4,00	20,00	1,67
Grapadora	unidad	1	6,00	6,00	0,50
Perforadora	unidad	1	6,00	6,00	0,50
Archivador	unidad	10	4,00	40,00	3,33
Corrector	unidad	3	1,50	4,50	0,38
Grapas	caja	2	1,50	3,00	0,25
Cuaderno Universitario	unidad	2	1,80	3,60	0,30
Tinta impresora	cartucho	4	35,00	140,00	11,67
Esferográficos	caja	1	5,00	5,00	0,42
Clips	caja	2	0,75	1,50	0,13
Total				229,60	19,13

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.5.3 Útiles de aseo.

Son artefactos y artículos necesarios para brindar una mejor imagen de la empresa.

Cuadro 65 Útiles de Aseo.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Escobas	unidad	10	4,00	40,00	3,33
Basureros	unidad	10	6,00	60,00	5,00
Trapeadores	unidad	10	4,00	40,00	3,33
Recogedor de basura	unidad	4	6,00	24,00	2,00
Detergente 5000 gr	funda	10	25,00	250,00	20,83
Desinfectante	galón	10	6,00	60,00	5,00
Cloro	galón	10	5,00	50,00	4,17
Destapa cañerías	unidad	2	3,00	6,00	0,50
Limpiones	unidad	20	1,20	24,00	2,00
Papel higiénico	paca	20	25,00	500,00	41,67
Jabón líquido	galón	15	15,00	225,00	18,75
Lava vajilla	unidad	10	4,50	45,00	3,75
Total				1324,00	110,33

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.5.4 Internet.

Necesario para la comunicación interna, nacional e internacional mediante la utilización de la página Web.

Cuadro 66 Internet.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor Anual	Valor Mensual
Internet	megas	21400	0,02	428,00	35,67
Total				428,00	35,67

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.5.5 Teléfono.

Necesario para realizar comunicación interna y externa además de solicitar los productos necesarios.

Cuadro 67 Teléfono.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Teléfono	minutos	2500	0,12	300,00	25,00
Total				300,00	25,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 68 Resumen Gastos Administrativos.

Detalle	Valor Mensual	Valor anual
Sueldos y salarios	4296,45	51557,40
Útiles de oficina	19,13	229,60
Útiles de aseo	110,33	1324,00
Teléfono	25,00	300,00
Internet	35,67	428,00
Total	4486,58	53839,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.6 Gasto de Ventas.

6.4.6.1 Promoción.

Cantidad de propaganda que se desea ingresar al mercado con la finalidad de posicionar a nuestro producto.

Cuadro 69 Promoción.

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor anual	Valor mensual
Tarjetas de presentación	Millar	1	90,00	90	7,50
Suvenires	Centena	5	300,00	1500	125,00
Camisetas	Centena	2	600,00	1200	100,00
Gorros	Centena	2	300,00	600	50,00
Trípticos	Centena	2	100,00	200	16,67
Total				3590	299,17

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.6.2 Transporte.

Medio indispensable para poder salir e ingresar.

Cuadro 70 Transporte.

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Transporte	5	25,00	125,00	1500,00
Total			125,00	1500,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.7 Activo circulante o capital de trabajo.

Cuadro 71 Activo Circulante o capital de Trabajo.

Activo	Valor activo	Total	Porcentaje	
Activos fijos				
Terreno	60000,00		91%	
Construcción	76200,00			
Maquinaria y Equipo	2040,00			
Equipo de Computación	1480,00			
Muebles y Enseres	4230,00			
Equipo de Oficina	270,00			
Equipo se seguridad	475,00			
Total activos fijos		144695,00		
Activos Diferidos				
Estudio preliminar	900,00		1%	
Gastos de constitución	645,00			
Instalación de servicios básicos	500,00			
Total activos diferidos		2045,00		
Activo Circulante (Un mes)				
Costo del servicio				
Costo primo				
Materia prima	1507,50		7%	
Mano de obra directa	4296,45			
Subtotal costo primo		5803,95		
Gastos indirectos				
Materiales indirectos	373,50			
Menaje	249,56			
Material de combustión	20,00			
Indumentaria	5,00			
Agua	7,50			
Energía eléctrica	26,25			
Mantenimiento maq y equipo.	20,83			

Subtotal gastos indirectos		702,65
Total costo del servicio		6506,60
Costos de operación		
Gastos de administración		
Sueldos y salarios	4296,45	
Útiles de oficina	19,13	
Útiles de aseo	110,33	
Teléfono	25,00	
Internet	35,67	
Total gastos de administración		4486,58
Gastos de ventas		
Promoción	299,17	
Transporte	125,00	
Subtotal gastos de ventas		424,17
Total costos de operación		4910,75
Total capital de trabajo		11417,35
Total Inversión	158157,35	100%

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.8 Financiamiento.

El financiamiento del proyecto será de la siguiente manera: el 32% es decir 50.000 dólares de préstamo o crédito en el Ban Ecuador y de capital propio el 68% con 108.157,35 dólares.

Cuadro 72 Financiamiento.

Financiamiento	Cantidad	Porcentaje
Crédito o préstamo	50000,00	32%
Capital propio	108157,35	68%
Total	158157,35	100%

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.8.1 Amortización.

El crédito tendrá un interés del 12% anual, durante cinco años pagados semestralmente.

Cuadro 73 Amortización.

Capital		50000	Tiempo		5 años
Intereses		12,00%	Plazo		Semestral
Semestral	Capital	Interés	Dividendo	Cap Disminuido	
0				50000,00	
1	5000,00	3000,00	8000,00	45000,00	
2	5000,00	2700,00	7700,00	40000,00	
3	5000,00	2400,00	7400,00	35000,00	
4	5000,00	2100,00	7100,00	30000,00	
5	5000,00	1800,00	6800,00	25000,00	
6	5000,00	1500,00	6500,00	20000,00	
7	5000,00	1200,00	6200,00	15000,00	
8	5000,00	900,00	5900,00	10000,00	
9	5000,00	600,00	5600,00	5000,00	
10	5000,00	300,00	5300,00	0	

Elaborado por: **Parra Cedeño Jonathan Cristhian.**

6.4.9 Presupuesto de Costos.

El presupuesto de costos indica todos los gastos que se debe realizar el Restaurante para su funcionamiento.

Cuadro 74 Presupuesto de Costos.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos del Servicio					
Costo Primo					
Materia prima	18090,00	18648,98	19225,23	19819,29	20431,71
Mano de obra directa	51557,40	56483,28	58228,61	60027,87	61882,74
Total costo primo	69647,40	75132,26	77453,84	79847,17	82314,45
Gastos indirectos					
Materiales indirectos	4482,00	4620,49	4763,27	4910,45	5062,18
Menaje	2994,75	3087,29	3182,68	3281,03	3382,41
Material de combustión	240,00	247,42	255,06	262,94	271,07
Indumentaria	60,00	61,85	63,77	65,74	67,77
Agua	90,00	92,78	95,65	98,60	101,65
Energía eléctrica	315,00	324,73	334,77	345,11	355,78
Mantenimiento de maq y equipo	250,00	257,73	265,69	273,90	282,36
Depreciación construcción	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Depreciación Maq y Equip.	204,00	204,00	204,00	204,00	204,00
Total gastos indirectos	8995,75	9256,29	9524,88	9801,77	10087,22
Total costo del servicio	78643,15	84388,55	86978,73	89648,94	92401,67
Costos de Operación					
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios	51557,40	56483,28	58228,61	60027,87	61882,74
Útiles de oficina	229,60	236,69	244,01	251,55	259,32
Útiles de aseo	1324,00	1364,91	1407,09	1450,57	1495,39
Teléfono	300,00	309,27	318,83	328,68	338,83

Internet	428,00	428,00	428,00	428,00	428,00
Depreciación muebles y enseres	423,00	423,00	423,00	423,00	423,00
Depreciación equipo de oficina	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00
Depreciación equipo de seguridad	47,50	47,50	47,50	47,50	47,50
Equipo de computación	493,28	493,28	493,28	542,61	542,61
Total gastos administrativos	54829,78	59812,94	61617,32	63526,78	65444,39
Gastos de ventas					
Promoción	3590,00	3700,93	3815,29	3933,18	4054,72
Transporte	1500,00	1546,35	1594,13	1643,39	1694,17
Total gastos de ventas	5090,00	5247,28	5409,42	5576,57	5748,89
Gastos financieros					
Interés préstamo	5700,00	4500,00	3300,00	2100,00	900,00
Total gastos financieros	5700,00	4500,00	3300,00	2100,00	900,00
Otros gastos					
Amortización activos diferido	239,00	239,00	239,00	239,00	239,00
Total otros gastos	239,00	239,00	239,00	239,00	239,00
Total costos de operación	65858,78	69799,22	70565,74	71442,35	72332,28
Costo total	144501,93	154187,77	157544,47	161091,29	164733,95

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.10 Costos Fijos y Variables.

Cuadro 75 Costos Fijos y Variables.

Detalle	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab	Cost. Fijo	Cost. Variab
Costos del servicio										
Costo primo										
Mano de obra directa		51557,40		56483,28		58228,61		60027,87		61882,74
Materia Prima		18090,00		18648,98		19225,23		19819,29		20431,71

Total costo primo		69647,40		75132,26		77453,84		79847,17		82314,45
Gastos indirectos										
Materiales indirectos		4482,00		4620,49		4763,27		4910,45		5062,18
Menaje		2994,75		3087,29		3182,68		3281,03		3382,41
Material de combustión		240,00		247,42		255,06		262,94		271,07
Indumentaria		60,00		61,85		63,77		65,74		67,77
Agua		90,00		92,78		95,65		98,60		101,65
Energía eléctrica		315,00		324,73		334,77		345,11		355,78
Mantenimiento maquinaria y equipo	250,00		257,73		265,69		273,90		282,36	
Depreciación. construcción	360,00		360,00		360,00		360,00		360,00	
Depreciación. maquinaria y equipo	204,00		204,00		204,00		204,00		204,00	
Total gastos indirectos	814,00	8181,75	821,73	8434,57	829,69	8695,19	837,90	8963,88	846,36	9240,86
Costo total del servicio	814,00	77829,15	821,73	83566,82	829,69	86149,04	837,90	88811,04	846,36	91555,30
Costos de operación										
Gastos Administrativos										
Sueldos y salarios	51557,40		56483,28		58228,61		60027,87		61882,7351	
Útiles de oficina	229,60		236,69		244,01		251,55		259,32	
Útiles de aseo	1324,00		1364,91		1407,09		1450,57		1495,39	
Teléfono		300,00		309,27		318,83		328,68		338,83
Internet	428,00		428,00		428,00		428,00		428,00	
Depreciación. Muebles y enseres	423,00		423,00		423,00		423,00		423,00	
Depreciación. Equipo de oficina	27,00		27,00		27,00		27,00		27,00	
Depreciación. equipo de seguridad	47,50		47,50		47,50		47,50		47,50	
Depreciación. Equipo Comp.	493,28		493,28		493,28		542,61		542,61	
Total gastos administrativos	54529,78	300,00	59503,67	309,27	61298,49	318,83	63198,10	328,68	65105,56	338,83
Gastos de ventas										
Promoción		3590,00		3700,93		3815,29		3933,18		4054,72
Transporte	1500,00		1546,35		1594,13		1643,39		1694,17	
Total gastos de ventas	1500,00	3590,00	1546,35	3700,93	1594,13	3815,29	1643,39	3933,18	1694,17	4054,72

Gastos Financieros										
Intereses préstamo	5700,00		4500,00		3300,00		2100,00		900,00	
Total gastos financieros	5700,00		4500,00		3300,00		2100,00		900,00	
Otros gastos										
Amortización del diferido	239,00		239,00		239,00		239,00		239,00	
Total otros gastos	239,00		239,00		239,00		239,00		239,00	
Total costo de operación	61968,78	3890,00	65789,02	4010,20	66431,62	4134,12	67180,49	4261,86	67938,73	4393,55
Costo total	62782,78	81719,15	66610,74	87577,02	67261,31	90283,15	68018,39	93072,90	68785,09	95948,86

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.11 Ingresos.

Se toma en cuenta los ingresos del restaurant, piscina y de la entrada a la cancha de futbol y voley ball.

Cuadro 76 Ingreso Restaurant.

Año	Costos totales	Servicios anuales	Costo unitario del servicio	Margen de utilidad	Utilidad en dólares	P.V.P	Total de ingresos
1	72250,97	21900	3,30	50%	1,65	4,95	108405,00
2	77093,88	21900	3,52	50%	1,76	5,28	115632,00
3	78772,23	21900	3,60	50%	1,80	5,40	118260,00
4	80545,65	21900	3,68	50%	1,84	5,52	120888,00
5	82366,97	21900	3,76	50%	1,88	5,64	123516,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 77 Ingreso Piscina.

Año	Costos totales	Servicios anuales	Costo unitario del servicio	Margen de utilidad	Utilidad en dólares	P.V.P	Total de ingresos
1	72250,97	21900	3,30	10%	-0,58	2,72	59568,00
2	77093,88	21900	3,52	10%	-0,62	2,90	63510,00
3	78772,23	21900	3,60	10%	-0,63	2,97	65043,00
4	80545,65	21900	3,68	10%	-0,65	3,03	66357,00
5	82366,97	21900	3,76	10%	-0,66	3,10	67890,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 78 Ingreso Canchas

Año	Costos totales	Servicios anuales	Costo unitario del servicio	Margen de utilidad	Utilidad en dólares	P.V.P	Total de ingresos
1	72250,97	21900	3,3	10%	0,33	3,63	79497,00
2	77093,88	21900	3,52	10%	0,35	3,87	84753,00
3	78772,23	21900	3,6	10%	0,36	3,96	86724,00
4	80545,65	21900	3,68	10%	0,37	4,05	88695,00
5	82366,97	21900	3,76	10%	0,38	4,14	90666,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

Cuadro 79 Resumen de ingresos.

Servicio	Año 1	Año2	Año3	Año 4	Año 5
Alimentación	108405,00	115632,00	118260,00	120888,00	123516,00

Piscina	59568,00	63510,00	65043,00	66357,00	67890,00
Canchas	79497,00	84753,00	86724,00	88695,00	90666,00
Total	247470,00	263895,00	270027,00	275940,00	282072,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.12 Estado de Pérdidas y Ganancias.

El indicador permite demostrar el estado de ingresos y egresos además de la utilidad del ejercicio durante el periodo de cinco años.

Cuadro 80 Estado de Pérdidas y ganancias.

Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	247470,00	263895,00	270027,00	275940,00	282072,00
(-) Costo del servicio	78643,15	84388,55	86978,73	89648,94	92401,67
(=) Utilidad Bruta	168826,85	179506,45	183048,27	186291,06	189670,33
(-) Costo de operación	65858,78	69799,22	70565,74	71442,35	72332,28
(=) Utilidad Neta	102968,07	109707,23	112482,53	114848,71	117338,05
(-) 15% Utilidad trabajadores	15445,21	16456,08	16872,38	17227,31	17600,71
(=) Utilidad antes de Impuesto a la renta	87522,86	93251,15	95610,15	97621,40	99737,34
(-) 22% de Impuesto a la Renta	19255,03	20515,25	21034,23	21476,71	21942,22
(=) Utilidad antes de la reserva legal	68267,83	72735,89	74575,92	76144,69	77795,13
(-)10% reserva legal	6826,78	7273,59	7457,59	7614,47	7779,51
(=) Utilidad liquida del ejercicio	61441,05	65462,30	67118,33	68530,23	70015,61

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.4.13 Punto de Equilibrio.

El indicador permite establecer el nivel de ingresos o de operación, el punto de equilibrio es aquel en donde la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias. Por lo tanto se empleara el método matemático y el método gráfico.

6.4.13.1 Método Matemático en función a la capacidad instalada.-
Se utiliza la siguiente formula.

$$PE = \frac{\text{Costo Fijos Totales}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variables Totales}} \times 100$$

$$PE = \frac{62782,78}{247470,00 - 81719,15} \times 100$$

$$PE = \frac{62782,78}{165750,85} \times 100$$

$$PE = 0,38 \times 100$$

$$PE = 38\%$$

6.4.13.2 Método Matemático en función de las ventas o ingresos.-
Se utiliza la siguiente formula.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{62782,78}{1 - 0,33021841}$$

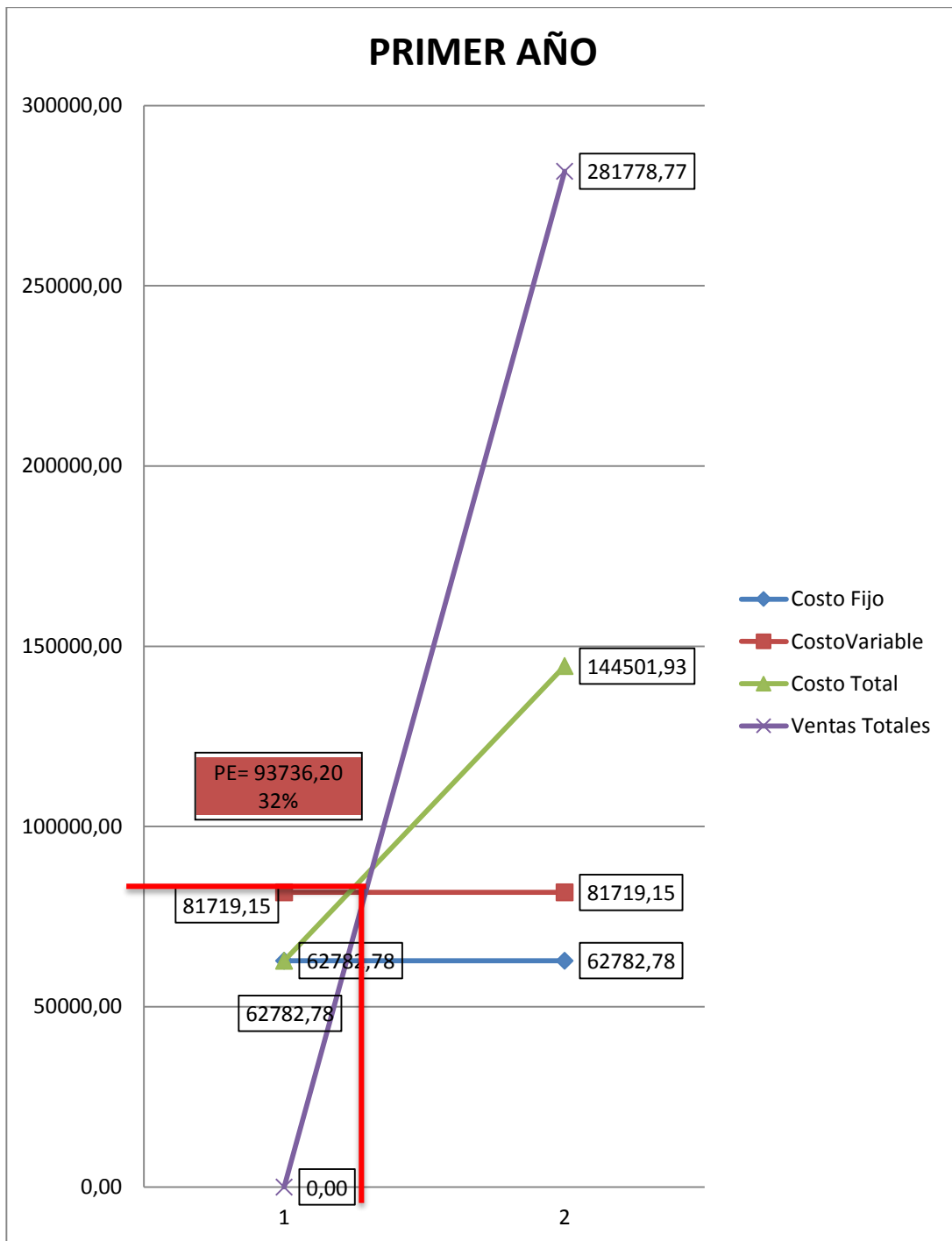
$$PE = \frac{62782,78}{0,66978159}$$

$$PE = 93736,19844$$

6.4.13.3 Método Gráfico.

El punto de equilibrio se encuentra en 93736,20 con un 32%

Gráfico 14 Método Gráfico.



Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.5 Realizar la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores financieros determinar la factibilidad de inversión.

6.5.1 Flujo de Caja.

Los flujos obtenidos desde el primer año son positivos, ya que el proyecto tiene suficiente solvencia para invertir en el negocio.

Cuadro 81 Flujo de Caja.

Denominación	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		247470,00	263895,00	270027,00	275940,00	282072,00
Crédito BanEcuador	50000					
Capital propio	108157,35					
Valor Residual						9450,26
Total de Ingresos	158157,35	247470,00	263895,00	270027,00	275940,00	291522,26
Egresos						
Activo fijo	144695					
Activo diferido	2045					
Capital de trabajo	11417,35					
Costos totales		144501,93	154187,77	157544,47	161091,29	164733,95
(-)Reinversión					1628	
Total de Egresos	158157,35	144501,93	154187,77	157544,47	162719,29	164733,95
(=)Utilidad antes 15% utilidad trab.		102968,07	109707,23	112482,53	114848,71	117338,05
(-) 15% Utilidad de trabajadores		15445,21	16456,08	16872,38	17227,31	17600,71
(=)Utilidad 22% antes de I.R.		87522,86	93251,15	95610,15	97621,40	99737,34
(-) 22% Impuesto a la renta		19255,03	20515,25	21034,23	21476,71	21942,22
(=) Utilidad Gravable		68267,83	72735,89	74575,92	76144,69	77795,13
(+)Deprec. Y Amort. del Activo Diferido		1793,78	1793,78	1793,78	1843,11	1843,11
(-)Amortización de crédito		3600	3600	3600	3600	3600
Flujo Neto de Caja	-158157,35	66461,61	70929,67	72769,70	74387,80	76038,24

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.5.2 Valor Actual Neto (VAN).

El valor actual neto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión inicial.

$$FA = \frac{1}{1+i^n}$$

$$FA = \frac{1}{1+(11,85)^1}$$

$$FA = 0,89405454$$

Cuadro 82 VAN.

Año	Flujo de Caja	Factor de Actualización 11,85%	Valor Actualizado
0	158157,35		
1	66461,61	0,89	59420,30435
2	70929,67	0,80	56696,46528
3	72769,70	0,71	52004,70099
4	74387,80	0,64	47528,90279
5	76038,24	0,57	43436,22735
Total			259086,60
Inversión			158157,35
VAN			100929,2507

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.5.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Representa la rentabilidad neta obtenida en proporción directa al capital invertido en el proyecto. Con la siguiente formula se determina del TIR.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 14 + 0,50 \frac{173815,87}{173815,87 - 169746,95}$$

$$\text{TIR} = 14 + 0,50 \frac{173815,87}{4068,91}$$

$$\text{TIR} = 14 + 0,50 \quad 42,72$$

$$\text{TIR} \quad \mathbf{28,22\%}$$

Cuadro 83 TIR.

Año	Flujo de Caja
0	-158157,35
1	66461,61
2	70929,67
3	72769,70
4	74387,80
5	76038,24
TIR	35%

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.5.4 Relación Costo Beneficio.

La relación Costo beneficio se encuentra en el siguiente cuadro. En este se determina que por cada dólar invertido existe una ganancia de 0,72 centavos.

Cuadro 84 RCB.

Año	Actualización Costo Total			Actualización Ingresos		
	Costo Total Original	Factor Actualización 11,85%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor de Actualización 11,85%	Ingreso Actualizado
1	144501,93	0,894054537	129192,61	247470,00	0,894054537	221251,68
2	154187,77	0,799333516	123247,45	263895,00	0,799333516	210940,12
3	157544,47	0,714647757	112588,80	270027,00	0,714647757	192974,19
4	161091,29	0,638934069	102926,72	275940,00	0,638934069	176307,47
5	164733,95	0,571241904	94102,93	291522,26	0,571241904	166529,73
			562058,51			968003,18
					RBC	1,72

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.5.5 Periodo recuperación del Capital

El indicador se utiliza para medir el tiempo en que se recuperará la inversión inicial, para lo cual se utilizará la siguiente formula.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \Sigma \text{ Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

Por lo tanto la inversión se recupera en 1 año, 2 meses y 6 días. Siendo inferior a la vida útil del proyecto.

Cuadro 85 PRC.

Año	Flujo Neto	Factor de Actualización 11,85%	Valor Actual	Flujos Acumulados
0	158157,35			
1	66461,61	0,89	59420,30	59420,30
2	70929,67	0,80	56696,47	116116,77
3	72769,70	0,71	52004,70	168121,47
4	74387,80	0,64	47528,90	215650,37
5	76038,24	0,57	43436,23	259086,60
Total				1100268,52
			Inversión inicial	\$ 158.157,35
			Ultimo flujo	\$ 59.420,30
			Por recuperar	\$ 98.737,05
			PRC: meses	1,66
			PRC:	1 año 2 meses

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

6.5.6 Análisis de sensibilidad.

Con el análisis se determina la solides del proyecto desde el punto de vista financiero. Permitiendo conocer el comportamiento de las variables utilizadas, de acuerdo a los ingresos y costos.

Cuadro 86 Análisis de sensibilidad con el incremento del 9,07%.

Año	Costo Total Original	Costo Total Original Aumentado	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		9,07%						
					12,00%	158157,35	12,50%	158157,35
1	144501,93	157608,26	247470,00	89861,74	0,89285714	80233,69617	0,8888888889	79877,10223
2	154187,77	168172,6	263895,00	132493,55	0,797193878	105623,0469	0,790123457	104686,2618
3	157544,47	171833,75	270027,00	135377,96	0,711780248	96359,35794	0,702331962	95080,26826
4	161091,29	175702,27	275940,00	138425,75	0,635518078	87972,06659	0,624295077	86418,51426
5	164733,95	179675,32	282072,00	141555,88	0,567426856	80322,60794	0,554928957	78553,45685
						292353,4256		286458,2533

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 0,50 \frac{292353,425}{292353,425 - 286458,253}$$

$$NTIR = 12 \quad 0,50 \quad \frac{292353,425}{5895,1722}$$

$$NTIR = 12 \quad 0,50 \quad 49,59$$

$$NTIR = 12 \quad 24,80$$

$$NTIR = 36,79\%$$

1) Diferencia de Tir	2) Porcentaje de variación	Coficiente de Sensibilidad = % Var / Nueva TIR
Dif. TIR = TIR proy - NuevaTIR	% de Var = (Dif TIR / TIR del proy)*100	Coficiente de Sensibilidad = -5,11/ 36,79%
Dif. TIR = 35,00% - 36,79%	% de Var = (1,79/35,00%)*100	Coficiente de sensibilidad = 0,1390
Dif.TIR = 1,79%	% de Var = - 5,11%	

Con el incremento del 9,07%, como se determina en el cuadro N° 86, se demuestra que el coeficiente de sensibilidad es de 0,1390, dicho valor determina que el proyecto puede soportar hasta la variación señalada.

Cuadro 87 Análisis de sensibilidad con la disminución del 11,52%.

Año	Costo Total Original	Ingreso Original	Ingreso original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
			7,41%		12%	0,00	12,50%	0,00
1	144501,93	247470,00	218961,456	74459,526	0,892857143	66481,72	0,888888889	66186,25
2	154187,77	263895,00	233494,296	79306,526	0,797193878	63222,68	0,790123457	62661,95
3	157544,47	270027,00	238919,896	81375,4196	0,711780248	57921,42	0,702331962	57152,56
4	161091,29	275940,00	244151,712	83060,422	0,635518078	52786,40	0,624295077	51854,21
5	164733,95	282072,00	249577,3056	84843,3556	0,567426856	48142,40	0,554928957	47082,03
						288554,61		284937,00

Elaborado por: Parra Cedeño Jonathan Cristhian.

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = \frac{0,50}{12} \frac{288554,61}{288554,61 - 284937,00}$$

$$NTIR = \frac{0,50}{12} \frac{451077,03}{288554,61 - 284937,00}$$

3617,61

NTIR = 12 0,50 79,76

NTIR = 12 39,88

NTIR
= **51,88%**

1) Diferencia de Tir	2) Porcentaje de variación	Coeficiente de Sensibilidad = % Var / Nueva TIR
Dif. TIR = TIR proy - NuevaTIR	% de Var = (Dif TIR / TIR del proy)*100	Coeficiente de Sensibilidad = -48,23/ -16,81%
Dif. Tir = 35,00% - 51,88%	% de Var = (-16,81%/35,00%)*100	Coeficiente de Sensibilidad = -2,85
Dif.TIR = -16,81%	% de Var = -48,23%	

Con la disminución del 11,52%, como se determina en el cuadro N° 87, se demuestra que el coeficiente de sensibilidad es de 2,85, dicho valor determina que el proyecto puede soportar hasta la variación señalada. No es sensible.

7. DISCUSIÓN

El desarrollo de los resultados del proyecto de investigación inicio con el diagnóstico situacional del área de estudio, siendo ésta una herramienta fundamental para el levantamiento de información y elaboración del proyecto; en este sentido el diagnóstico se lo utilizó como un instrumento para establecer en forma documentada y realizar la evaluación de la realidad interna y externa en los contenidos económico, demográfico, social, cultural, político, ambiental y turístico del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, ubicado en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.

La técnica empleada para la recolección de datos primarios fueron: la encuesta, está permitió conocer las necesidades y preferencias del mercado, así como también el grado de aceptación que obtendría el proyecto; además de conocer a las personas involucradas en el proyecto quienes expresaron de manera directa su opinión sobre la realidad del sitio y cuáles son sus perspectivas con la investigación.

La metodología de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, valora en forma intrínseca como extrínsecamente un atractivo natural, instrumento que sirvió para recoger información necesaria de cada recurso turístico, facilitando especificaciones como su ubicación, uso, características entre otros datos que proporcione el estado real del atractivo.

La oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas identifica una visión clara del negocio y proporciona los lineamientos generales para ponerlo en marcha; en su desarrollo se contempla el estudio de mercado, en el mismo se analiza la oferta, el perfil de la demanda, la capacidad del proyecto se establece la estructura organizacional que debe tener el negocio para su correcto funcionamiento.

Al realizar el estudio financiero del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, se determina la inversión que se requiere realizar y se aplican indicadores financieros para conocer su rentabilidad los mismo que permite identificar los resultados que se generarían el ejecutarse el proyecto.

8. CONCLUSIONES

- En la elaboración del diagnóstico situacional del área de estudio se tomó en cuenta los aspectos socio cultural, poblacional, educativo, turístico, etc.
- Se determinó las condiciones de oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.
- Se determinó el tamaño, localización, ingeniería y diseño organizacional del proyecto, para la propuesta de inversión del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”.
- Se realizó el estudio financiero que determinó el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados de la propuesta de inversión del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”.
- Se realizó la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores financieros, determinar la factibilidad de inversión.
- En el estudio financiero se establece que el punto de equilibrio es de 93736,20 que representa el 32%, la relación de beneficio es de un dólar invertido y 0,72 centavos de ganancia.
- El TIR es de 28,22 y el periodo de recuperación del capital es de 1 año con 2 meses y 6 días.

9. RECOMENDACIONES

- Actualizar periódicamente los datos obtenidos en el diagnóstico situacional del área de estudio tomando en cuenta los aspectos socio cultural, poblacional, educativo, turístico, etc.
- Mantener en perfectas condiciones estructurales el diseño del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.
- Actualizar periódicamente el estudio financiero del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, tomando en cuenta a la competencia y a los cambios económicos del país.
- Mejorar la publicidad con la finalidad de obtener mayor demanda de nuestros productos.
- Socializar el plan de fortalecimiento del turismo gastronómico de la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.

10. BIBLIOGRAFÍA

1. Baird.,N. (2016) Instituto para Asuntos Rurales de Illinois. Publicado y distribuido por: El Departamento de Comercio y Oportunidad, Económica de Illinois 500 East Monroe Street Springfield, IL 62701 800/252-2923 o 217/782-7500 TDD: 217/ 785-0211, P 2.
2. ECURED, (2017). Restaurante. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Restaurante>
3. Fernández, I., (2013). DISEÑO DE UN RESTAURANTE ÉTNICO DE LA SIERRA ECUATORIANA EN EL SECTOR DE LA MARISCAL(tesis de Pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador.
4. Fleitman, J. (2008). *Negocios Exitosos*. Mc Graw Hill
5. Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Emilio Morales Fernández2 y Leonor M. Pérez Naranjo. Departamento de Gestión y Métodos Cuantitativos. Universidad de Córdoba. I.S.S.N.: 0212-9426
6. Guía del participante, Nacional financiera Banco de Desarrollo, 20 pasos para iniciar o mejorar tú restaurante. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/354065889/20-Pasos-para-Iniciar-o-Mejorar-tu-Restaurante-FREELIBROS-ORG-pdf>
7. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC Recuperado de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
8. Maldonado, C., Cabanilla, E., & Sepúlveda, J. (2006). *Manual del emprendedor Turístico*. Quito: Imprenta Producciones Gráficas.
9. Montesinos., A. (2013) Definiciones Turismo Gastronómico: Planificación, productos, rutas...Publicado en julio 6, 2013 por Centro Empresarial Gastronómico Hotelero. Recuperado de <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>
10. Organización Mundial Del Turismo (1998). *Introducción al Turismo OMT*, Madrid.

11. Plan de Desarrollo Territorial del Cantón Cáscales 2015.
12. Planeación de Menús, Recuperado de: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020120808/1020120808_002.pdf el 10 de Noviembre del 2017.
13. *Plandetur 2020*. (s.f.). Recuperado el 01 de febrero de 2015, de www.mintur.gob.ec.
14. Pohlenz Ernst, M. Villareal.,B (1996). Manual de selección y preparación de alimentos II. Monterrey, N.L. UANL. Facultad de Salud Pública
15. Posso, Miguel. (2013). *Proyectos, tesis y marco lógico*. Quito, Ecuador
16. Regina G. Schluter, Turismo y Patrimonio Turístico, CIET, Centro de investigaciones y Estudios Turísticos.
17. Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). «Restaurante». Diccionario de la lengua española (23.^a edición). Madrid: Espasa. ISBN 978-84-670-4189-7.
18. Schlüter, R. (20 de Marzo de 2011). Turismo y patrimonio gastronómico, una perspectiva. CIET, 59. Recuperado de: <http://201.147.150.252:8080/jspui/bitstream/123456789/1681/1/Turismo%20y%20patrimonio%20gastron%c3%b3mico%20una%20perspectiva.pdf>
19. Turismo gastronómico (2013) Recuperado de <https://peregrinogastrofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>
20. Villarán, K. W. (2009). Plan de negocios. *Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio*, USAID Perú y Ministerio de la Producción, Perú.
21. Weinberger, K. (2009). Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. *Perú: USAID*.

11. ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

Un saludo cordial, para informarle que: Yo, **PARRA CEDEÑO JONATHAN CRISTHIAN**, egresado de la carrera de Administración Turística, estoy realizando el proyecto de titulación, con el tema **“Diseño del restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, mediante la elaboración del plan de negocios para fortalecer el turismo gastronómico de la Parroquia El Dorado, Cantón Cascales, Provincia de Sucumbíos”**. Para satisfacer las necesidades de los habitantes locales y turistas, le solicito de la manera más comedida contestar con la mayor seriedad las siguientes preguntas.

Nombre: _____

Edad _____ Sexo: _____

1. **¿Considera usted necesario el establecimiento de un restaurant de comidas típicas en la Parroquia el Dorado nuevo y moderno que satisfaga sus demandas alimenticias?**
SI () NO ()
2. **¿Con qué frecuencia sale a consumir en un restaurante?**
 - a. Una vez a la semana ()
 - b. Dos veces a la Semana ()
 - c. Tres veces a la semana ()
 - d. Más de tres veces ()
3. **¿Cuándo sale a consumir fuera de casa, generalmente cuantas personas le acompañan (familiares y/o amigos)?**
 - a. Ninguna. ()
 - b. Una persona. ()
 - c. Dos personas. ()
 - d. Tres personas. ()
 - e. Más de tres personas.
4. **¿Cuándo sale a consumir fuera de casa, generalmente cuánto gasta en promedio por persona?**
 - a. 2-3 Dólares. ()
 - b. 3-5 Dólares. ()
 - c. 5-7 Dólares. ()
 - d. Más de 7 Dólares. ()
5. **¿Cómo prefiere pagar?**
 - a. Efectivo. ()

- b. Tarjeta de crédito. ()
6. **¿Qué tipo de local preferiría para el funcionamiento del restaurante?**
- a. Moderno. ()
- b. Tradicional. ()
- c. Clásico. ()
7. **¿Dónde le gustaría que se ubique el restaurante?**
- a. Ingreso a la ciudad. ()
- b. Centro. ()
- c. Fuera de la ciudad. ()
8. **¿Qué tipo de platos prefiriere consumir? (favor indique una sola respuesta)**
- a. Maito de tilapia () b. Carne ahumada ()
- c. Chuleta () d. Platos típicos ()
- e. Maito de Chontacuro ()
9. **¿Cuáles son los aspectos que se deberían mejorar en un restaurante?**
- a. Infraestructura. ()
- b. Pintura. ()
- c. Presentación. ()
- d. Recurso humano. ()
10. **¿Sí los servicios mejoran, que porcentaje estima Usted se podría incrementar en su consumo?**
- a. 1-5%. ()
- b. 5-10%. ()
- c. 10-15%. ()
- d. 15-20% ()
11. **¿Cuál es la razón por la que nos elegirías a nosotros ante los otros restaurantes?**
- a. Experiencia. ()
- b. Recomendación. ()
- c. Precios. ()
- d. Buena fama. ()
- e. Publicidad. ()
12. **¿Ha visitado alguna vez un restaurante de comidas típicas?**
- a. Sí. ()
- b. No. ()
13. **¿Por qué medios de comunicación y publicitarios le gustaría recibir información sobre el restaurante?**
- a. Internet. ()
- b. Radio. ()
- c. Televisión. ()
- d. Hojas volantes. ()
- e. Trípticos, ()
- f. Prensa. ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN


Anexo 2 Fotografías

Fotografía 2 Encuesta



Encuesta a la Población

Anexo 3 FICHA N° 1.

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO	
1.- D DATOS GENERALES:	
1.1.- ENCUESTADOR: Parra Cedeño Jonathan Cristhian	1.2.- FICHA N°: AN: 001
1.3.- SUPERVISOR EVALUADOR: Lcdo. Diego Chiriboga	1.4.- FECHA: 2017 -01- 15
1.5.- NOMBRE DEL ATRACTIVO: LOS MANANTIALES	
1.6.- CATEGORÍA: SITIO NATURAL.	1.7.- TIPO: BOSQUES
1.8.- SUB TIPO: NUBLADO ORIENTAL	
1.9.- PROPIEDAD PÚBLICA: (x) 1.10.- PROPIEDAD PRIVADA: ()	
2.- UBICACIÓN:	
2.1.- PROVINCIA: SUCUMBÍOS	2.2.- CIUDAD/CANTÓN: EL DORADO
2.3.- PARROQUIA: CASCALES	
2.4. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	
Norte:	Sur:
Este:	Oeste:
3.- CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1.- NOMBRE DEL POBLADO: Cascales	DISTANCIA (KM): 11 Km
3.2.- NOMBRE DEL POBLADO: Lago Agrio	DISTANCIA (KM): 48 km.
C A L I D A D	
VALOR INTRINSECO	
4.1.- ALTURA MIN: 0 m.s.n.m.	4.2.- TEMPERATURA MIN: 16°
4.3.- PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	4.4.- ALTURA MAX: 602 m.s.n.m
4.5.- TEMPERATURA MAX: 30°	4.6.- PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
4.7 Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 00°05'33 Y (Norte) 77°15'18" Z (altitud) 30. 87ft	
	

El balneario Manantiales cuenta con 200 m de construcción: incluye una piscina de 5 m de largo y 3 m de ancho, lamisca que se mantiene con agua que se recoge de la montaña.

Rodeando el balneario está un remanente de bosque húmedo tropical de aproximadamente 2 ha de extensión el mismo que presenta una altura de 35 m compuesto por especies arbóreas como el laurel, caoba, guayacán, balsa, entre las más representativas.

Asociado al bosque se puede encontrar monos, loros, guanta, guatusa, pavas de monte; así como reptiles y anfibios.

VALOR EXTRÍNSECO

SE REALIZAN CAMINATAS EN EL BOSQUE, RECREACIONAL.
 EL BALNEARIO RECIBE MAYOR AFLUENCIA DE TURISMO NACIONAL. EL COSTO DE LA ENTRADA ES DE 50 CENTAVOS DE DOLAR Y 20 CENTAVOS LOS NIÑOS.

6.- ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1.- CONSERVADO: () 6.2.- EN PROCESO DE RECUPERACIÓN: ()

6.3.- EN PROCESO DE DETERIORO: () 6.4.- DETERIORADO: (X)

CAUSAS: Explotación maderera.

7.- ENTORNO

7.1.- SIN INTERVENCIÓN: () 7.2.- SEMIINTERVENIDO: (X)

7.3.- INTERVENIDO: ()

CAUSAS: Zonas de pastoreo.

8.- ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

A P O Y O

9.- INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO


TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE		FRECUENCIAS				TIEMPO DE ACCESO
		MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO		DIA	SEM	MEN	EVE	DÍAS AL AÑO
TERRESTRE	ASFALTADO	X				BUS	X				365
	LASTRADO					AUTOMOVIL	X				
	EMPEDRADO					4X4	X				
	SENDERO					TREN					DÍAS AL MES
ACUATICO	MARITIMO					BARCO					30
						BOTE					
	FLUVIAL	X				CANOA	X				HORAS AL DÍA
AEREO						AVION					24
						AVIONETA					
						HELICOPTERO					

OBSERVACIONES: es fácilmente accesible desde el sector del puente de la vía

que conduce a El Chaco, en el centro poblado o siguiendo su curso hacia arriba hasta internarse en la Reserva.											
10.- FACILIDADES TURÍSTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTRO S
	Nº EST AB	Nº PLA Z	Nº ESTA B	Nº PLA Z	Nº ESTA B	Nº PLA Z	Nº ESTA B	Nº PLA Z	Nº ESTA B	Nº PLA Z	
ALOJAMIENTO											
ALIMENTACIÓN											
ESPARCIEMENT							X				
AGENCIA DE VIAJES: () ALMACENES DE ARTESANIAS: () CORREOS: () TELEFONOS, FAX, TELEX: () OTROS: ()											
OBSERVACIONES: El turista tiene la oportunidad de adquirir los pilches.											
11.- INFRAESTRUCTURA BÁSICA											
11.1.- AGUA:											
POTABLE: () ENTUBADA: (X) TRATADA: () DE POZA: (x) NO EXISTE: () OTROS: ()											
11.2.- ENERGÍA ELÉCTRICA:											
SISTEMA INTERCONECTADO: (X) GENERADOR: () NO EXISTE: () OTROS: ()											
11.3.- ALCANTARILLADO:											
RED PÚBLICA: () POZO CIEGO: (X) POZO SÉPTICO: () NO EXISTE: () OTROS: ()											
12.- ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS											
12.1.- NOMBRE DEL ATRACTIVO:						DISTANCIA (KM):					
12.2.- NOMBRE DEL ATRACTIVO:						DISTANCIA (KM):					
S I G N I F I C A D O											
13.- DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO											
Local (X)				Nacional ()				Internacional ()			
Mediante turista y agencias de viaje.											
14.- VALORACIÓN											
VARIABLE			FACTOR						PUNTOS		
CALIDAD			a) Valor intrínseco						6		
			b) Valor extrínseco						6		
			c) Entorno						3		
			d) Estado de Conservación y/o Organización						3		
APOYO			a) Acceso						5		
			b) Servicios						5		
			c) Asociación con otros atractivos						3		
SIGNIFICADO			a) Local						3		
			b) Provincial								
			c) Nacional								
			d) Internacional								
TOTAL									34		
CATEGORÍA									1		

Elaborado por: El Autor

Anexo 4 Ficha N° 2

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO	
1.- D DATOS GENERALES:	
1.1.- ENCUESTADOR: Parra Cedeño Jonathan Cristhian	1.2.- FICHA N°: AN: 001
1.3.- SUPERVISOR EVALUADOR: Lcdo. Diego Chiriboga	1.4.- FECHA: 2017 -01- 15
1.5.- NOMBRE DEL ATRACTIVO: PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA	
1.6.- CATEGORÍA: SITIO NATURAL.	1.7.- TIPO: ÁREA PROTEGIDA
1.8.- SUB TIPO: PARQUE NACIONAL	
1.9.- PROPIEDAD PÚBLICA: (x)	1.10.- PROPIEDAD PRIVADA: ()
2.- UBICACIÓN:	
2.1.- PROVINCIA: SUCUMBÍOS	2.2.- CIUDAD/CANTÓN: LUMBAQUI
2.3.- PARROQUIA: GONZALO PIZARRO	
2.4. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	
Norte:	Sur:
Este:	Oeste:
3.- CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1.- NOMBRE DEL POBLADO: LUMBAQUI	DISTANCIA (KM): 15 Km
3.2.- NOMBRE DEL POBLADO: EL CHACO	DISTANCIA (KM): 46 km.
C A L I D A D	
VALOR INTRINSECO	
4.1.- ALTURA MIN: 5000 m.s.n.m.	4.2.- TEMPERATURA MIN: 20°
4.3.- PRECIPITACIÓN MIN: 200 mm	4.4.- ALTURA MAX: 5900 m.s.n.m
4.5.- TEMPERATURA MAX: 22°	4.6.- PRECIPITACIÓN MAX: 228 m..m
4.7 Coordenadas: WGS84 Z17S-UTM:	X (Este) 00°03'48 Y (Norte) 77°37'55 Z
(altitud) 30. 87ft	
	
A pesar de que el concepto de parque nacional es de reciente aparición en el mundo occidental, en Asia se encuentran los primeros esfuerzos por mantener grandes extensiones	

de tierra bajo el, control del Estado, con fines de protección a la naturaleza. Quizás el área protegida más antigua de la que se tiene conocimiento es el bosque de Sinharaja en Sri Lanka, el cual es hoy en día una reserva forestal y en 1988 fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

Años más tarde, una medida similar fue propuesta para un área en Wyoming y Montana, pero problemas con los turistas y propietarios de tierras en y alrededor del recién creado parque de Yosemite, además del hecho de que esta nueva reserva según propuesta cubría áreas en más de un estado, hicieron difícil su creación inicialmente ya que el gobierno federal no tenía precedentes ni una idea clara de cómo controlar un parque. En 1871 el parque nacional de Yellowstone fue establecido como el primer parque realmente nacional. Tomando ejemplo de Yellowstone, en 1890, Yosemite pasó al control federal convirtiéndose en el segundo parque nacional de los Estados Unidos de América.

VALOR EXTRÍNSECO

Investigación, recreación, deporte.

6.- ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

6.1.- CONSERVADO: (X) 6.2.- EN PROCESO DE RECUPERACIÓN: ()

6.3.- EN PROCESO DE DETERIORO: () 6.4.- DETERIORADO: (X)

CAUSAS:

7.- ENTORNO

7.1.- SIN INTERVENCIÓN: () 7.2.- SEMIINTERVENIDO: (X)

7.3.- INTERVENIDO: ()

CAUSAS: Zonas de amortiguamiento.

8.- ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)

A P O Y O

9.- INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE		FRECUENCIAS				TIEMPO DE ACCESO
		MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO		DIA	SEM	MEN	EVE	DÍAS AL AÑO
TERRESTRE	ASFALTADO	X				BUS	X				365
	LASTRADO					AUTOMOVIL	X				
	EMPEDRADO					4X4	X				
	SENDERO					TREN					DÍAS AL MES
ACUÁTICO	MARITIMO					BARCO					30
	FLUVIAL	X				CANOA	X				
						OTROS					HORAS AL DÍA
AEREO						AVION					24
						AVIONETA					
						HELICOPTERO					

OBSERVACIONES: es fácilmente accesible desde el sector del puente de la vía que conduce a El Chaco, en el centro poblado o siguiendo su curso hacia arriba hasta internarse en la Reserva.

10.- FACILIDADES TURÍSTICAS											
SERVICIOS	CATEGORIAS										
	LUJO		PRIMERA		SEGUNDA		TERCERA		CUARTA		OTRO S
	Nº EST AB	Nº PLAZ	Nº ESTAB	Nº PLAZ	Nº ESTAB	Nº PLAZ	Nº ESTAB	Nº PLAZ	Nº ESTAB	Nº PLAZ	
ALOJAMIENTO											
ALIMENTACIÓN											
ESPARCIEMIENT							X				
AGENCIA DE VIAJES: () ALMACENES DE ARTESANIAS: () CORREOS: () TELEFONOS, FAX, TELEX: () OTROS: ()											
OBSERVACIONES: El turista tiene la oportunidad de adquirir los pilches.											
11.- INFRAESTRUCTURA BÁSICA											
11.1.- AGUA:											
POTABLE: () ENTUBADA: (X) TRATADA: () DE POZA: (X)											
NO EXISTE: () OTROS: ()											
11.2.- ENERGÍA ELÉCTRICA:											
SISTEMA INTERCONECTADO: (X) GENERADOR: () NO EXISTE: ()											
OTROS: ()											
11.3.- ALCANTARILLADO:											
RED PÚBLICA: () POZO CIEGO: (X) POZO SÉPTICO: () NO EXISTE: () OTROS: ()											
12.- ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS											
12.1.- NOMBRE DEL ATRACTIVO:						DISTANCIA (KM):					
12.2.- NOMBRE DEL ATRACTIVO:						DISTANCIA (KM):					
S I G N I F I C A D O											
13.- DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO											
Local (X)				Nacional (X)				Internacional (X)			
Mediante turista y agencias de viaje.											
14.- VALORACIÓN											
VARIABLE	FACTOR										PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco										8
	b) Valor extrínseco										8
	c) Entorno										8
	d) Estado de Conservación y/o Organización										8
APOYO	a) Acceso										5
	b) Servicios										5
	c) Asociación con otros atractivos										3
SIGNIFICADO	a) Local										3
	b) Provincial										
	c) Nacional										6
	d) Internacional										12
TOTAL										52	
CATEGORÍA										3	

Elaborado por: El Autor

ÍNDICE

CARATULA.....	i
CERTIFICACION.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACION DE TESIS.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
1. TÍTULO.....	1
2. RESÚMEN.....	2
3. INTRODUCCIÓN.....	6
3.1 Objetivo General.....	8
3.2 Objetivos Específicos.....	8
4. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
4.1 Marco Conceptual.....	9
4.1.1 Restaurante.....	9
4.1.2 Definiendo las diferentes clases de Restaurantes.....	9
4.1.2.1 Limitaciones de Producción y Servicio:.....	10
4.1.2.2 Características y Combinaciones de los alimentos.....	11
4.1.3 Estudio y definición de aspectos técnicos.....	13
4.1.3.1 Análisis de espacios.....	13
4.1.4 Estudio y definición de aspectos tecnológicos.....	16
4.1.5 Alimentación y Cultura.....	17
4.1.6 Diseño del Local (Facility Design).....	18
4.1.7 Turismo Gastronómico.....	20
4.1.7.1 Definición.....	20
4.1.8 Plan de negocios.....	20
4.1.8.1 Formulación del Plan de Negocios.....	22
4.1.8.2 Tipos de Planes de Negocios.....	22
4.1.8.3 Descripción de la compañía o formulación de la idea de negocio.....	23
4.1.8.4 Análisis del entorno.....	23
4.1.8.5 Sondeo de mercado.....	24

4.1.8.6	Análisis de la industria.	25
4.1.8.7	Plan estratégico de la empresa.....	25
4.1.8.8	Plan de marketing.....	25
4.1.8.9	Plan de operaciones.....	26
4.1.8.10	Diseño de estructura y plan de recursos humanos.....	27
4.1.8.11	Plan financiero.....	27
4.2	Marco Referencial.....	29
4.2.1	Cantón Cáscales.	29
4.2.2	Ubicación Geográfica.....	29
4.2.2.1	Microlocalización	29
4.2.2.2	Macrolocalización	30
4.2.3	Datos Generales del Cantón Cáscales.	31
4.2.4	Etimología.....	31
4.2.5	División Política.....	31
4.2.5.1	Parroquia Urbana.....	31
4.2.5.2	Parroquia Rural.....	32
4.2.6	Historia.....	32
4.2.7	Cantonización de Cáscales.	34
4.2.8	Aspectos Biofísicos.	35
4.2.8.1	Información Climática.....	35
4.2.9	Pisos Climáticos.....	37
4.2.10	Aspecto Económico.	38
4.2.10.1	Sector Primario	40
4.2.10.2	Sector Secundario	40
4.2.10.3	Sector Terciario.....	40
4.2.11	Aspecto Ambiental.	41
4.2.12	Aspecto Poblacional.....	42
4.2.12.1	Población Total.....	42
4.2.13	Aspecto Educativo.....	43
4.2.14	Aspecto Salud.	43
4.2.15	Aspecto Social.....	44
4.2.16	Aspecto Cultural	45

4.2.17 Patrimonio Natural.....	46
4.2.18 Patrimonio Intangible.....	49
4.2.18.1 Ámbitos de Patrimonio Inmaterial:	50
4.2.18.2 Patrimonio cultural etnográfico.....	51
5. MATERIALES Y MÉTODOS	53
5.1 Materiales	53
5.1.1 Equipos.....	53
5.1.2 Herramientas.....	53
5.1.3 Insumos	53
5.2 Métodos.....	53
5.2.1 Método Inductivo.....	53
5.2.2 Método Deductivo.....	54
5.2.3 Método Analítico.....	54
5.2.4 Método Sintético.....	54
5.3 Técnicas e instrumentos.....	55
5.3.1 La observación.....	55
5.3.2 Encuesta.....	55
5.3.3 Técnicas de recolección de bibliografía.....	55
5.3.4 Técnicas de recolección de datos empíricos	55
5.4 Metodología por objetivos.....	55
6. RESULTADOS	60
6.1 Determinar el diagnóstico situacional del área de estudio para establecer el restaurante de comidas típicas “EL BUEN SABOR”, en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.....	60
6.1.1 Ubicación Geográfica Parroquia El Dorado.....	60
6.1.2 Datos generales.....	62
6.1.3 Orígenes de la Parroquia.....	62
6.1.4 Aspecto Económico.....	64
6.1.5 Aspecto Cultural.....	65
6.1.6 Aspecto Poblacional.....	66
6.1.6.1 Distribución de la población por etnia.....	66
6.1.7 Aspecto Educativo.....	67

6.1.8	Aspecto Salud.	67
6.1.9	Aspecto Turístico.	68
6.1.9.1	Resumen Atractivos turísticos.	69
6.2	Determinar las condiciones de oferta y demanda para la implementación del restaurante de comidas típicas en la Parroquia el Dorado, Cantón Cáscales, Provincia de Sucumbíos.	75
6.2.1	Estudio de mercado.....	75
6.2.1.1	Análisis e interpretación de encuestas.....	75
6.2.2	Demanda de la Parroquia El Dorado.....	88
6.2.2.1	Perfil del visitante.	88
6.2.2.2	Demanda Potencial.	89
6.2.2.3	Demanda Real.	90
6.2.2.4	Demanda Efectiva.	91
6.2.2.5	Demanda Insatisfecha.....	91
6.2.3	Oferta de la Parroquia El Dorado.	92
6.2.3.1	Sondeo de mercado.	92
6.2.4	Marketing Mix.	92
6.2.4.1	Producto.....	93
6.2.4.2	Precio.....	93
6.2.4.3	Plaza	94
6.2.4.4	Promoción.....	94
6.3	Determinar el tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional para la propuesta de inversión.....	97
6.3.1	Tamaño.	97
6.3.2	Capacidad instalada.....	98
6.3.3	Localización.	98
6.3.4	Idea de negocio.	98
6.3.5	Ingeniería del Proyecto.....	99
6.3.7	Misión.....	104
6.3.8	Visión.....	104
6.3.9	Objetivos.	104
6.3.10	Valores.	104

6.3.11	Integrantes.....	104
6.3.12	Logotipo.....	105
6.3.13	Slogan.....	105
6.3.14	Organigrama estructural de la empresa.....	106
6.3.15	Manual de Funciones.....	106
6.3.16	Diagrama del proceso de alimentación.....	114
6.4	Realizar el estudio financiero que permita determinar el monto de las inversiones, las fuentes de financiamiento, el costo de los productos y los ingresos esperados de la propuesta de inversión.....	115
6.4.1	Inversión.....	115
6.4.2	Activos Fijos.....	115
6.4.3	Activo Diferido.....	117
6.4.4	Activo Circulante o Capital de trabajo.....	118
6.4.4.1	Costos del servicio.....	118
6.4.4.2	Mano de obra directa e indirecta.....	119
6.4.4.3	Materiales indirectos.....	120
6.4.4.4	Menaje.....	120
6.4.4.5	Material de combustión.....	121
6.4.4.6	Indumentaria.....	121
6.4.4.7	Agua.....	122
6.4.4.8	Energía Eléctrica.....	122
6.4.4.9	Mantenimiento de maquinaria y equipo.....	122
6.4.5	Costos de operación.....	123
6.4.5.1	Sueldos y salarios primer y segundo año.....	123
6.4.5.2	Útiles de oficina.....	124
6.4.5.3	Útiles de aseo.....	124
6.4.5.4	Internet.....	125
6.4.5.5	Teléfono.....	125
6.4.6	Gasto de Ventas.....	126
6.4.6.1	Promoción.....	126
6.4.6.2	Transporte.....	126
6.4.7	Activo circulante o capital de trabajo.....	127

6.4.8	Financiamiento.....	128
6.4.8.1	Amortización.	128
6.4.9	Presupuesto de Costos.	130
6.4.10	Costos Fijos y Variables.	131
6.4.11	Ingresos.	134
6.4.12	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	135
6.4.13	Punto de Equilibrio.....	135
6.4.13.1	Método Matemático en función a la capacidad instalada.- Se utiliza la siguiente formula.....	136
6.4.13.2	Método Matemático en función de las ventas o ingresos.- Se utiliza la siguiente formula.....	136
6.4.13.3	Método Gráfico.	136
6.5	Realizar la evaluación financiera para mediante el cálculo de indicadores financieros determinar la factibilidad de inversión.	138
6.5.1	Flujo de Caja.	138
6.5.2	Valor Actual Neto (VAN).	138
6.5.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	139
6.5.4	Relación Costo Beneficio.	140
6.5.5	Periodo recuperación del Capital	141
6.5.6	Análisis de sensibilidad.....	141
7.	DISCUSIÓN	145
8.	CONCLUSIONES.....	147
9.	RECOMENDACIONES.....	148
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	149
11.	ANEXOS.....	151

ÍNDICE DE CUADROS.

Cuadro 1 Datos generales del Cantón Cáscales.....	31
Cuadro 2 Uso actual del suelo Provincial.....	41
Cuadro 3 Población Total.....	43
Cuadro 4 Patrimonio Natural.....	46
Cuadro 5 Población.	57
Cuadro 6 Número de encuestas.....	58
Cuadro 7 Datos generales.....	62
Cuadro 8 Aspecto Económico.....	65
Cuadro 9 Población.	66
Cuadro 10 Población por etnia.....	67
Cuadro 11	75
Cuadro 12.....	76
Cuadro 13.....	77
Cuadro 14.....	78
Cuadro 15.....	79
Cuadro 16.....	80
Cuadro 17.....	81
Cuadro 18.....	82
Cuadro 19.....	83
Cuadro 20.....	84
Cuadro 21.....	85
Cuadro 22.....	86
Cuadro 23.....	87
Cuadro 24 Demanda Potencial PEA.....	89
Cuadro 25 Demanda Potencial Turistas.....	90
Cuadro 26 Proyección de la Demanda "Potencial Total.}.....	90
Cuadro 27 Demanda Real.	90
Cuadro 28 Demanda Efectiva.....	91

Cuadro 29 Demanda Insatisfecha.	91
Cuadro 30 Gastos en publicidad.	96
Cuadro 31 Capacidad instalada.....	98
Cuadro 32. Capacidad utilizada.....	103
Cuadro 33 Funciones Gerente.....	107
Cuadro 34 Funciones Contadora.....	108
Cuadro 35 Funciones Cajero.	109
Cuadro 36 Funciones Cocinero.	110
Cuadro 37 Funciones Mesero.....	111
Cuadro 38 Funciones Ayudante de Limpieza.....	112
Cuadro 39 Terreno.....	115
Cuadro 40 Construcción.	115
Cuadro 41 Maquinaria y equipo.....	116
Cuadro 42 Muebles y enseres.	116
Cuadro 43 Equipos de oficina.	116
Cuadro 44 Equipos de seguridad.	116
Cuadro 45 Resumen activos fijos.....	117
Cuadro 46 Estudio Preliminar.	117
Cuadro 47 Gastos de constitución.	117
Cuadro 48 Gastos de instalación.....	118
Cuadro 49 Resumen Activos diferidos.	118
Cuadro 50 Materia prima.	118
Cuadro 51 Mano de Obra primer año.	119
Cuadro 52 Mano de obra segundo año.....	119
Cuadro 53 Resumen Costos Primos.....	120
Cuadro 54 Materiales indirectos.	120
Cuadro 55 Menaje.....	120
Cuadro 56 Material de combustión.	121
Cuadro 57 Indumentaria.	122
Cuadro 58 Agua.	122

Cuadro 59 Energía Eléctrica.	122
Cuadro 60 Mantenimiento Maquinaria y Equipo.	123
Cuadro 61 Resumen Gastos Indirectos.	123
Cuadro 62 Sueldos Primer Año.	123
Cuadro 63 Sueldos y salarios segundo año.	124
Cuadro 64 Útiles de Oficina.	124
Cuadro 65 Útiles de Aseo.	125
Cuadro 66 Internet.	125
Cuadro 67 Teléfono.	126
Cuadro 68 Resumen Gastos Administrativos.	126
Cuadro 69 Promoción.	126
Cuadro 70 Transporte.	127
Cuadro 71 Activo Circulante o capital de Trabajo.	127
Cuadro 72 Financiamiento.	128
Cuadro 73 Amortización.	129
Cuadro 74 Presupuesto de Costos.	130
Cuadro 75 Costos Fijos y Variables.	131
Cuadro 76 Ingreso Restaurant.	134
Cuadro 77 Ingreso Piscina.	134
Cuadro 78 Ingreso Canchas.	134
Cuadro 79 Resumen de ingresos.	134
Cuadro 80 Estado de Pérdidas y ganancias.	135
Cuadro 81 Flujo de Caja.	138
Cuadro 82 VAN.	139
Cuadro 83 TIR.	140
Cuadro 84 RCB.	140
Cuadro 85 PRC.	141
Cuadro 86 Análisis de sensibilidad con el incremento del 9,07%.	142
Cuadro 87 Análisis de sensibilidad con la disminución del 11,52%.	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1 ¿Considera usted necesario el establecimiento de un restaurant de comidas típicas en la Parroquia el Dorado nuevo y moderno que satisfaga sus demandas alimenticias?	76
Gráfico 2 ¿Con qué frecuencia sale a consumir en un restaurante?	77
Gráfico 3 ¿Cuándo sale a consumir fuera de casa, generalmente cuantas personas le acompañan (familiares y/o amigos)?.....	78
Gráfico 4 ¿Cuándo sale a consumir fuera de casa, generalmente cuánto gasta en promedio por persona?	79
Gráfico 5 ¿Cómo prefiere Cancelar?	80
Gráfico 6 ¿Qué tipo de local preferiría para el funcionamiento del restaurante?.....	81
Gráfico 7 ¿Dónde le gustaría que se ubique el restaurante?.....	82
Gráfico 8 ¿Qué tipo de platos prefiriere consumir?.....	83
Gráfico 9 ¿Cuáles son los aspectos que se deberían mejorar en un restaurante?.....	84
Gráfico 10 ¿Sí los servicios mejoran, que porcentaje estima Usted se podría incrementar en su consumo?.....	85
Gráfico 11 ¿Cuál es la razón por la que nos elegirías a nosotros ante los otros restaurantes?	86
Gráfico 12 ¿Ha visitado alguna vez un restaurante de comidas típicas?.....	87
Gráfico 13 ¿Por qué medios de comunicación y publicitarios le gustaría recibir información sobre el restaurante?	88
Gráfico 14 Método Gráfico.....	137

ÍNDICE DE MAPAS.

Mapa 1 Cantón Cáscales..... 29

Mapa 2 Cantón Cáscales..... 30

Mapa 3 División Política..... 32

Mapa 4 Patrimonio Natural 49

Mapa 5 Patrimonio Etnográfico..... 51

Mapa 6 Macro Ubicación Geográfica Parroquia el Dorado..... 60

Mapa 7 Micro Ubicación Geográfica Parroquia El Dorado..... 61

ÍNDICE DE ANEXOS.

Anexo 1 Encuesta.....	151
Anexo 2 Fotografías.....	153
Anexo 3 FICHA N° 1.....	154
Anexo 4 Ficha N° 2.....	157

ÍNDICE DE IMAGENES.

Imagen 1 idea de negocio.....	98
Imagen 2 Ingeniería del proyecto.....	101
Imagen 3 Restaurante.	102
Imagen 4 Logotipo.	105
Imagen 5 organigrama estructural.	106
Imagen 6 Proceso.....	114
Imagen 7 Menú.....	93
Imagen 8 Camiseta.....	94
Imagen 9 Gorra.....	95
Imagen 10 Suvenires (Llaveros).	95
Imagen 11 Tarjetas de presentación.....	96

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.

Fotografías 1 Lugar de ejecución.....	97
Fotografías 2 Encuesta.....	153