



**UNIVERSIDAD ESTATAL
“PENÍNSULA DE SANTA ELENA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA
VEGETARIANA EN EL CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: ALEX XAVIER MORÁN NAVIA

TUTORA: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA
VEGETARIANA EN EL CANTÓN SALINAS,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013”**

TRABAJO DE TITULACIÓN
Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: ALEX XAVIER MORÁN NAVIA

TUTORA: ING. LINDA NÚÑEZ GUALE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, 4 Noviembre del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Trabajo de Titulación “CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA, EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”, elaborado por el Señor Morán Navia Alex Xavier, de la Escuela de Ingeniería Comercia, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la Apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....
Ing. Linda Núñez Guale, MSc.
TUTORA

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a Dios, en primer lugar, pues fue quien me dio las fuerzas necesarias para cada etapa que desarrollé; a todas las personas que me estuvieron apoyando: mis padres, Diana Navia y Oswaldo Morán, mi señora abuela Ninfa Perdomo, mi jefe de trabajo, amigos y hermanos de iglesia. De manera especial a mi gran amiga Adriana Sánchez, quien con sus palabras de ánimo y oraciones me motivaba cada día a seguir adelante y no rendirme.

Alex Morán Navia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por estar siempre a mi lado en cada instante de mi vida, porque sin él, nada podría hacer.

A la Decana de la Facultad de Ciencias Administrativas, Ing. Mercedes Freire Rendón, quien en toda mi etapa académica en la Universidad me brindó su apoyo y motivación absolutos. Asimismo al Director de la Escuela de Ingeniería Comercial, Econ. Félix Tigreiro González, por todos sus valiosos aportes en mi formación académica.

A mis profesores de Universidad, que con paciencia y ahínco impartieron conocimientos valiosos para mi vida, en especial a mi tutora, Ing. Linda Núñez Guale, a mi especialista, Ing. Johnny Reyes De la Cruz y al Econ. William Caiche Rosales.

Alex Morán Navia

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigero González, MSc.
DIRECTOR DE LA ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Linda Núñez Gualé, MSc.
PROFESORA-TUTORA

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA
EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA
DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**

Autor: Alex Xavier Morán Navia
Tutora: Ing. Linda Núñez Guale, MSc.

RESUMEN

El motivo del estudio es la elaboración de un proyecto de inversión para la Creación de un Restaurante de Comida Vegetariana, estableciendo los diversos factores de mercado y financieros, para mejorar la cultura alimenticia en el cantón Salinas y aportar en la disminución de los amplios indicadores de enfermedades. Está fundamentada en bases teóricas, que detallan lo esencial de la alimentación y nutrición, así como el origen e importancia de los restaurantes para el país. También se ha efectuado la ejecución de los diversos métodos de la investigación, determinando el tamaño de la población y la muestra, para realizar la respectiva encuesta a los dueños de restaurantes y clientes en el cantón; asimismo se realizó la entrevista a una Autoridad importante de Salinas y a los principales proveedores de materia prima de la Provincia. Por consiguiente, se efectuó el análisis de dichos instrumentos ejecutados, determinando una visible aceptación de los encuestados y entrevistados, de acuerdo a la puesta en ejecución de este proyecto. Se ha determinado también los objetivos del estudio de mercado y sus alcances, misión, visión y estrategias. Asimismo, en otra parte vital del estudio se detallan los aspectos del estudio técnico, en el cual se determina todo lo relacionado al diseño de la planta, materias primas, maquinarias, equipos, las diversas herramientas, la mano de obra tanto directa como indirecta, que son esenciales para la preparación de los platillos. Y en la última parte del estudio se establecen los indicadores financieros, que determinaron la viabilidad del proyecto, que posee una alta rentabilidad, lo cual garantizará el éxito de este tipo de empresa – restaurante.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xxi
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema	8
Sistematización del problema	8
Justificación.....	9
Objetivos de la investigación	10
Objetivo General	10
Objetivos específicos	11
Hipótesis.....	11
Operacionalización de las variables	11

CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	14
1.1.1. Salinas.....	14
1.1.1.1. Antecedentes.....	14
1.1.1.2. Límites y división política.....	15
1.1.1.3. Extensión.....	15
1.1.1.4. Clima.....	15
1.1.1.5. Población.....	16
1.1.1.6. Oferta y Demanda.....	16
1.1.1.7. Comercialización de productos y servicios.....	17
1.1.1.8. Variedad culinaria.....	17
1.1.1.9. Innovación gastronómica.....	18
1.1.1.10. Platos destacados.....	18
1.1.1.12. Desarrollo económico.....	19
1.1.1.12. Factores de crecimiento económico.....	19
1.1.1.13. Atractivos turísticos.....	20
1.1.2. Restaurantes.....	21
1.1.2.1. Concepto.....	21
1.1.2.2. Historia de los restaurantes.....	21
1.1.2.3. Restaurantes en la actualidad.....	23
1.1.2.4. Clasificación de los restaurantes.....	23
1.1.2.5. Servicio al cliente.....	24
1.1.2.6. Aptitudes del personal del restaurante.....	25

1.1.2.7. Actitudes del personal del restaurante.....	26
1.1.2.8. Reglas hacia el cliente.....	26
1.1.2.9. El servicio de restaurantes como dinamizador de la economía.....	27
1.2. COMIDA VEGETARIANA.....	28
1.2.1. La alimentación como elemento fundamental para el individuo.	28
1.2.2. Aportaciones sobre el término de alimentación.	28
1.2.3. Importancia de la alimentación en la salud.	30
1.2.4. La nutrición.	31
1.2.4.1. Concepto.	31
1.2.4.2. La nutrición errada.	32
1.2.5. Comida vegetariana.....	33
1.2.5.1. Concepto.	33
1.2.5.2. Orígenes.	33
1.2.5.3. Conceptos y aplicaciones del vegetarianismo.....	35
1.2.5.4. Tipos de vegetarianismo.	36
1.2.5.6. Beneficios de acoplarse a una dieta vegetariana.	37
1.3. MARCO LEGAL.....	39
1.3.1. Constitución de la República (2008).....	39
1.3.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010).....	39
1.3.3. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)	41
1.3.4. Ley de Compañías.....	43
1.4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: CREACIÓN DE EMPRESA.	44
1.4.1. Aspectos generales de la creación de empresas.	44
1.4.2. Etapas del proyecto de inversión para la creación de empresas.....	44

1.4.2.1. Estudio de mercados.	44
1.4.2.1.1. Objetivos y Generalidades.	45
1.4.2.1.2. Análisis de la demanda.....	45
1.4.2.2. Estudio Técnico.....	47
1.4.2.2.1. Objetivos y generalidades	47
1.4.2.2.2. Partes que conforman en Estudio Técnico.	47
1.4.2.2.3. Determinación del tamaño óptimo de la planta.....	47
1.4.2.2.4. Localización óptima del proyecto.	48
1.4.2.3. Estudio Económico.	49
1.4.2.3.1. Objetivos generales y estructuración.	49
1.4.2.3.2. Determinación de los costos.....	50
1.4.2.3.3. Costos de producción.	50
1.4.2.3.4. Costos de administración.	50
1.4.2.3.5. Costo de ventas.	51
1.4.2.3.6. Costos financieros.	51
1.4.2.3.7. Inversión total inicial.....	51
1.4.2.3.8. Depreciaciones y amortizaciones.	52
1.4.2.3.9. Capital de trabajo.	52
1.4.2.3.10. Punto de equilibrio.	52
1.4.2.3.11. Estado de resultados.....	53
1.4.2.3.12. Costo de capital.	53
1.4.2.3.13. Tabla de financiamiento.....	53
1.4.2.3.14. Balance general.	54
1.4.2.4. Análisis financiero.	54

1.4.2.4.1. Valor presente neto.	55
1.4.2.4.2. Tasa interna de retorno.....	55
1.4.2.4.3. Razones financieras.....	55
1.4.2.5. Términos técnicos de interés.....	55
CAPÍTULO II	57
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	57
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	57
2.2. Modalidad de la Investigación.	57
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	58
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	58
2.4.1. Método de observación.	59
2.4.2. Método inductivo.	59
2.4.3. Método deductivo.....	59
2.4.4. Método de análisis.....	60
2.5. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.	60
2.5.1. Encuestas.....	60
2.5.2. Entrevistas.....	60
2.6. INSTRUMENTOS.....	61
2.6.1. Cuestionarios.....	61
2.6.2. Formulario de entrevistas.....	61
2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	62
2.7.1. Población.....	62
2.7.2. Muestra.....	63

2.7.2.2. Muestreo probabilístico.....	63
2.8. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.	65
2.9. Procesamiento y análisis de resultados.	66
CAPÍTULO III.....	67
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	67
3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTA A CLIENTES Y DUEÑOS DE RESTAURANTES.	67
3.2. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A AUTORIDADES DE SALINAS Y PROVEEDORES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.....	83
3.2.1. Entrevista a Autoridades.	83
3.2.2. Análisis de la entrevista a Autoridad del Cantón.....	85
3.2.2. Entrevista a Proveedores.....	86
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES	90
CAPÍTULO IV.....	91
CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.....	91
4.1.1. Identificación de la empresa.....	91
4.1.2. Promotores del proyecto.	92
4.1.3. Actividad económica.....	93
4.1.4. Ubicación de la compañía.....	94

4.1.4.1. Macro localización.....	94
4.1.4.2. Micro localización.....	95
4.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA.....	96
4.2.1. Funciones y perfiles de los cargos.	97
4.2.1.3. Administrador	98
4.2.1.4. Contador.....	99
4.2.1.2. Asistente Contable	100
4.2.1.5. Supervisor del Personal – RR.HH.....	101
4.2.1.6. Asistente de limpieza.	102
4.2.1.7. Conductor – Repartidor.....	102
4.2.8.1. Bodeguero.	103
4.2.1.9. Chef.....	104
4.2.1.10. Asistente de cocina.....	105
4.2.1.11. Cajero.....	106
4.2.1.12. Mesero.....	107
4.2.1.2. Misión.	108
4.2.1.3. Visión.	108
4.2.1.4. Aspecto jurídico.	108
4.2.2. Necesidades a satisfacer.....	109
4.2.3. Objetivos.	110
4.2.3.1. Objetivo General.	110
4.2.3.2. Objetivos Estratégicos.....	110
4.2.3.3. Productos y Servicios a ofrecer.....	110
4.2.3.4 Justificación e importancia.....	112

4.3. MERCADO.....	113
4.3.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas del mercado.	113
4.3.1.1 Cliente.	113
4.3.1.2. Análisis de la competencia actual y potencial.....	113
4.3.1.2.1. Competencia directa.....	113
4.3.1.2.2. Competencia indirecta.....	114
4.3.1.3. Proveedores.	115
4.3.1.4. Sustitutos.	115
4.3.2. Valoración de la Demanda.	116
4.3.3. Análisis situacional.	117
4.3.3.1. Definición y Cuantificación de los segmentos del mercado.	117
4.3.3.2. Herramienta FODA.....	118
4.3.4. Estrategia de mercadeo.	119
4.3.4.1. Producto.	119
4.3.4.2. Precio.....	121
4.3.4.3. Plaza.	121
4.3.4.4. Promoción	122
4.4. ESTUDIO TÉCNICO.	127
4.4.1. Tamaño seleccionado de la planta.....	127
4.4.2. Proceso de producción.	127
4.4.3. Programa de producción.	128
4.4.4. Recursos requeridos.	128
4.4.5. Instalaciones físicas.....	129

4.4.5.1. Área de restaurante.....	129
4.4.5.2. Área de facturación.	129
4.4.5.3. Baños.....	129
4.4.5.4. Área de Lector biométrico.	130
4.4.5.5. Departamento de Gerencia.....	130
4.4.5.6. Departamento Administrativo.....	130
4.4.5.7. Departamento Financiero.....	131
4.4.5.8. Departamento de Recursos Humanos (RR.HH.).....	131
4.4.5.9. Área de cocina.....	131
4.4.6.0. Área de bodega.....	132
4.4.5.1 Diseño de la Planta.....	132
4.4.6. Maquinarias y equipos.	133
4.4.7. Recursos Humanos (MOD).....	133
4.4.7.1. Mano de obra directa.....	133
4.4.7.2. Mano de obra indirecta.....	133
4.4.8. Materias primas.....	134
4.4.8.1. Materia prima directa.	134
4.4.8.2. Materiales directos.	134
4.5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.....	135
4.5.1. Plan de inversión.....	135
4.5.1.1. Inversiones fijas tangibles.....	135
Activos Fijos.	136
4.5.1.2. Inversión Fija Intangible.	137
Activos fijos intangibles.....	137

4.5.1.3. Capital de Trabajo.....	138
4.5.4. Costo de Operación.....	139
4.5.5. Ingresos.....	140
4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	140
4.6.1. Estados financieros proyectados.....	140
4.6.1.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	140
4.6.1.2. Flujo de caja (Cash Flow).....	141
4.6.1.3. Flujo de caja para la evaluación.....	141
4.6.2. Indicadores de rentabilidad de la inversión.....	141
4.6.2.1. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	141
4.6.2.2. Valor Actual Neto (VAN).....	142
4.6.2.3. Periodo de Retorno de la Inversión.....	142
4.6.2.4. Análisis de Sensibilidad.....	143
4.6.2.5. Punto de Equilibrio.....	144
4.6.3.1. Valor Agregado.....	144
4.6.3.2. Generación de empleos.....	145
4.6.3.3. Beneficios Socio Económicos.....	145
4.6.3.4. Ratios Financieros.....	145
CONCLUSIONES.....	146
RECOMENDACIONES.....	147
BIBLIOGRAFÍA.....	148
PÁGINAS WEB.....	150
ANEXOS.....	151

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1: Variable Independiente – Restaurante.....	12
Cuadro No. 2: Variable Dependiente – Comida Vegetariana	13
Cuadro No. 3: Historia de los restaurantes.....	22
Cuadro No. 4: Clasificación de los restaurantes	24
Cuadro No. 5: Aptitudes del personal	25
Cuadro No. 6: Reglas hacia los clientes	27
Cuadro No. 7: Tipos de dietas vegetarianas	36
Cuadro No. 8: Población	63
Cuadro No. 9: Muestra	65
¿Cree que Salinas es considerado un atractivo turístico?.....	68
Cuadro No. 10: Atractivo turístico de Salinas	68
Cuadro No. 11: Turismo de Salinas a través del tiempo.....	69
¿El cantón Salinas ha tenido un progreso económico considerable?.....	70
Cuadro No. 12: Desarrollo económico de Salinas	70
¿La variedad del menú de platillos de Salinas cumple las expectativas de los turistas?	71
Cuadro No. 13: Expectativas de los turistas frente a platillos salinenses	71
¿Cree usted que es importante alimentarse?	72
Cuadro No. 14: Importancia de la alimentación	72
¿La nutrición es fundamental para el adecuado funcionamiento del organismo?	73
Cuadro No. 15: La nutrición para el organismo.....	73
¿Lo que comemos influye en nuestra salud?.....	74
Cuadro No. 16: Influencia de alimentación en la salud	74
¿La alimentación que no es adecuada va de la mano con los vegetales?.....	75
Cuadro No. 17: Los vegetales y la alimentación no adecuada.....	75
¿Los locales de comida rápida han aumentado en número en el cantón Salinas?	76
Cuadro No. 18: Aumento de locales de comida rápida.....	76

¿Cree usted que la comida sana se aplica en la mayoría de hogares salinenses?.....	77
Cuadro No. 19: Comida sana en los hogares salinenses	77
¿Ha escuchado acerca de la comida vegetariana?.....	78
Cuadro No. 20: Percepción del término comida vegetariana.....	78
¿Ha escuchado sobre los tipos de dietas vegetarianas?.....	79
Cuadro No. 21: Percepción acerca de los tipos de dietas vegetarianas.....	79
¿Sabe usted que la comida vegetariana se puede utilizar en todo tipo de platillo?.....	80
Cuadro No. 22: La comida vegetariana en todo tipo de platillo	80
¿Ha escuchado de personas que se hayan beneficiado de la comida vegetariana?.....	81
Cuadro No. 23: Beneficio de la comida vegetariana en las personas	81
Si se creara un restaurante en Salinas que ofrezca comida vegetariana, ¿usted lo visitaría?.....	82
Cuadro No. 24: Asistencia a un restaurante de comida vegetariana	82
Cuadro No. 25: Promotores de la Compañía	93
Cuadro No. 26: Platillos vegetarianos.....	111
Cuadro No. 27: Competencia indirecta.....	114
Cuadro No. 28: Herramienta FODA	118
Cuadro No. 29: Maquinarias y equipos.....	133
Cuadro No. 30: Materiales directos	134
Cuadro No. 31: Activos fijos – Expresado en dólares \$	136
Cuadro No. 32: Activos fijos intangibles – Expresado en dólares \$.....	137
Cuadro No. 33: Capital de trabajo – Expresado en dólares \$	138
Cuadro No. 34: Plan de financiamiento – Expresado en dólares \$.....	139
Cuadro No. 35: Periodo de retorno de la inversión – Expresado en dólares \$...	142

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Salinas turístico.....	68
Gráfico No. 2: Mejoramiento turístico de Salinas	69
Gráfico No. 3: Salinas y su desarrollo económico.....	70
Gráfico No. 4: Grado de satisfacción de turistas en base a platillos salinenses.....	71
Gráfico No. 5: Alimentación para el ser humano	72
Gráfico No. 6: La importancia de la nutrición	73
Gráfico No. 7: La comida para la salud	74
Gráfico No. 8: La relación de la alimentación no adecuada y los vegetales.....	75
Gráfico No. 9: Locales de comida rápida y su crecimiento en Salinas.....	76
Gráfico No. 10: Alimentación sana en Salinas	77
Gráfico No. 11: La comida vegetariana en el lenguaje turístico salinense	78
Gráfico No. 12: Dietas vegetarianas y el conocimiento de éstas en el Cantón	79
Gráfico No. 13: Percepción de la comida vegetariana en todo tipo de platillo.....	80
Gráfico No. 14: Consumir comida vegetariana beneficia a las personas.....	81
Gráfico No. 15: Grado de afluencia al restaurante de comida vegetariana.....	82
Gráfico No. 16: Macro localización.....	95
Gráfico No. 17: Micro localización	95
Gráfico No. 18: Estructura Organizacional de	96
Naviarestaurant S.A.	96
Gráfico No. 19: El producto.....	120
Gráfico No. 20: Fachada del restaurante.....	122
Gráfico No. 21: Diseño de la página web	123
Gráfico No. 22: Red social Facebook	124
Gráfico No. 23: Prensa escrita 1 - EL UNIVERSO.....	124
Gráfico No. 24: Prensa escrita 2 - DIARIO SÚPER.....	125
Gráfico No. 25: Anuncios en bicicleta.....	125
Gráfico No. 26: Anuncios en carro repartidor	126
Gráfico No. 27: Anuncios en vallas publicitarias	126

Gráfico No. 28: Proceso de producción	127
Gráfico No. 29: Diseño de la Planta.....	132

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1: 10 principales causas de morbilidad en Ecuador 2010.....	151
Anexo No. 2: 10 principales causas de morbilidad Cantón Salinas 2011.....	151
Anexo No. 3: Mano de obra directa – Expresado en dólares \$.....	152
Anexo No. 4: Mano de obra indirecta – Expresado en dólares \$.....	153
Anexo No. 5: Ingresos por ventas – Expresado en dólares \$.....	154
Anexo No. 6: Flujo de Caja (CASH FLOW) – Expresado en dólares \$.....	154
Anexo No. 7: Análisis de sensibilidad – Expresado en dólares \$.....	155
Anexo No. 8: Punto de equilibrio – Expresado en dólares \$.....	156
Anexo No. 9: Ratios financieros – Expresado en dólares \$.....	157
Anexo No. 10: Platillo 1 – Arroz con menestra y carne	158
Anexo No. 11: Platillo 2 – Caldo de bola	159
Anexo No. 12: Platillo 3 – Arroz con puré y carne.....	160
Anexo No. 13: Platillo 4 – Arroz (choclo y zanahoria) con carne guisada.....	161
Anexo No. 14: Platillo 5 – Sopa de lenteja	162
Anexo No. 15: Platillo 6 – Crema de haba.....	163
Anexo No. 16: Estado de Resultados – Expresado en dólares.....	164
Anexo No. 17: MODELO DE ENCUESTA.....	166
Anexo No. 18: MODELO DE ENTREVISTA A AUTORIDADES.....	169
Anexo No. 19: Entrevista a Proveedores	171
Anexo No. 20: CARTA AVAL	173

INTRODUCCIÓN

Desde tiempos inmemoriales, las culturas han tomado en cuenta como una de las grandes necesidades a la alimentación. El ser humano para vivir necesita alimentarse, puesto que los nutrientes se obtienen precisamente de lo consumido. Los primeros habitantes de la tierra se alimentaban de semillas y frutos, conservando de esta manera una buena salud, gozando de una buena vida, que fenecía por la avanzada edad, más que por una enfermedad.

Con el transcurrir de los años esta cultura ha cambiado en gran manera, la alimentación ha dado un giro de 180 grados y el ser humano ha descuidado el consumo responsable, por uno descuidado, que le ha causado muchos estragos, ya sea en lo personal o en lo laboral. En lo personal, porque se ha visto disminuida su energía y por lo tanto no puede desenvolverse adecuadamente; en lo laboral, porque fruto de la falta de energía disminuye su productividad. Son muchos los negocios que ofrecen alimentos preparados a personas necesitadas de esa fuente de energía, pero son pocos los que realmente ofrecen un producto o un servicio de calidad.

En la provincia de Santa Elena el caso es similar, se puede observar un aumento desmedido de locales que expenden comidas rápidas, sin ningún reparo por el daño que pueden causar al organismo. Los clientes consumen estos alimentos sin medir las consecuencias, ya que las sustancias nocivas no afectan al instante, sino que es un proceso que a mediano plazo puede mostrarse.

Ante la necesidad de establecimientos que ofrezcan productos naturales con altas aportaciones proteínicas se ha considerado como tema de investigación la propuesta para la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana.

El objetivo del presente trabajo es la elaboración de una propuesta para la creación de un Restaurante de Comida vegetariana en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, determinando el nivel de aceptación de los consumidores, a través de diferentes métodos de investigación de mercados. La metodología que se utilizará en el presente trabajo tendrá un diseño de investigación cuantitativo y cualitativo, es decir, se ofrecen datos estadísticos, para luego analizarlos y obtener información concluyente del estudio. El presente estudio mostrará muchos aspectos importantes en relación al cuidado del cuerpo y la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de crear una empresa dedicada al cuidado de la salud de los habitantes peninsulares.

El presente trabajo de investigación se desarrolla en base a Cuatro Unidades, la primera unidad corresponde al marco teórico, en la que describen los diversos fundamentos que se utilizan en la investigación, para una mejor comprensión del objeto de estudio. La segunda unidad, comprende la metodología que se implementa para el desarrollo de la investigación, así como también las modalidades y tipos de investigación; la tercera unidad, se refiere al análisis de los resultados obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos de investigación; y por último, se presenta la cuarta unidad, la misma que muestra la propuesta final a la que se llegó luego de la ejecución de la investigación.

MARCO CONTEXTUAL

Creación de un Restaurante de Comida vegetariana en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013.

Planteamiento del problema

En el mundo, uno de los negocios que ha perdurado a través del tiempo es el de servicios de restaurante, es cada vez más grande el apogeo que tienen en las diferentes culturas que caracterizan a los países; sin importar los gustos y preferencias que pernocten en el lugar donde decidan ofertar, se adaptan a aquellas culturas y poco a poco se tornan en parte fundamental del diario vivir de las personas.

Este negocio suple una de las necesidades más grandes que tiene el hombre, la de alimentarse. No se puede vivir sin el consumo de alimentos, puesto que aportan los diferentes nutrientes que ayudan al organismo a mantenerse con energías.

Sin duda alguna, comer es una de las más grandes prioridades de las personas, y elegir qué comer, lo es aún más. CORPORACIÓN FAVORITA C.A. - Supermaxi (2012), en una publicación que resalta lo delicioso de las verduras, expresa lo siguiente: “Elegir buenos alimentos resulta tan importante como prepararlos de forma adecuada para que conserven todas sus propiedades nutritivas, vitaminas y minerales, tan necesarios para todas las edades”. (Pág. #18).

El hombre necesita alimentarse para vivir, sin embargo, aquellos alimentos pueden perjudicar o beneficiar al organismo. En países desarrollados como los Estados Unidos, los negocios que ofrecen servicios de restaurante han crecido en las últimas décadas y grandes franquicias han logrado posicionarse en el mercado.

Uno de los negocios que más ha crecido es aquel de comida rápida, que cada día ofrece a sus clientes una amplia gama de alimentos con altos índices de colesterol, que en realidad son ricos al paladar, pero perjudiciales para el organismo humano.

Esos negocios que expenden ese tipo de comida que contiene elementos nocivos para el organismo, están ganando cada vez más clientes, desde niños hasta ancianos; son cada vez más los que consumen comida rápida, adaptando un mal hábito alimenticio a sus vidas, muchas veces por un desconocimiento general del mismo.

En el Ecuador, las empresas que ofrecen servicios de restaurante han diversificado sus propuestas alimenticias, para mantenerse en un mercado cada vez más competitivo, desarrollando grandes estrategias comerciales e incursionando en nuevas líneas de productos. Estas empresas, ya sean nacionales o extranjeras, brindan servicios de alimentos para los diferentes gustos, creando una batalla cada vez más feroz entre aquellos que se inclinan por los alimentos de comida rápida y los que optan por alimentos más sanos, sin embargo, al no ofrecer productos saludables, se pueden presentar numerosas enfermedades. **(Ver anexo No. 1).**

La provincia de Santa Elena no es la excepción, puesto que en ella existe una gran variedad de empresas o negocios que expenden alimentos preparados para una demanda cada vez más creciente y solícita de aquello. Esta provincia se ha dado a conocer a lo largo de los años por su historia, sus mares, la calidez de su gente y por supuesto de sus platillos típicos. Cuenta con tres Cantones principales como son: Santa Elena, La Libertad y Salinas, convirtiéndose este último en un referente, no solo del turismo local sino del turismo nacional. Se destaca por sus hermosas playas, su clima agradable para todo gusto y su variada gastronomía, que sin duda alguna deja satisfecho a más de un turista que la visita, ya que es uno de los rincones del país en el que se pueden encontrar platillos realmente deliciosos al paladar.

Este importante balneario se encuentra situado a 144 km. de la ciudad de Guayaquil, en el extremo más saliente de la Costa del Pacífico Sur y uno de sus más importantes atractivos es la gastronomía que se ha posicionado en la mente de los consumidores. Estos platillos causan diversas sensaciones cuando se los consume, algunos se degustan en familia, otros por motivos de negocios o en citas especiales.

A pesar de la amplia variedad de platillos que se expenden en este importante Cantón, no todos poseen propiedades beneficiosas para el organismo. En Salinas existen numerosos negocios que ofrecen el servicio de comidas preparadas, según datos proporcionados en el 2012 por el Ministerio de Turismo de la provincia de Santa Elena, en la actualidad son más de 300 los establecimientos que diariamente desarrollan sus actividades comerciales y que aportan en gran manera con el desarrollo económico del sector.

Como se detalló con anterioridad, no todos los alimentos que se consumen benefician al organismo, en el caso de la Provincia, no todos los establecimientos que ofrecen este tipo de servicios establecen en sus menús, alimentos con propiedades adecuadas para mantener una salud óptima, algo indispensable para el diario vivir. Tal situación se presenta por la falta de concienciación de los dueños de restaurantes, comedores o negocios afines en relación al hecho de que para satisfacer la necesidad de los comensales no es necesario darles cantidades considerables de comida, sino calidad, pues la satisfacción al cliente comprende también brindarles un bienestar.

No se le ha dado la importancia debida a este tema, considerando que en muchos países de primer mundo es una prioridad. El cuerpo necesita calidad de alimentos para su correcto funcionamiento, como reza un viejo dicho: “en cuerpo sano, mente sana”. Pamplona Roger Jorge (2009), expresa lo siguiente en relación a este pensamiento:

El ser humano no solo “tiene” un cuerpo, sino que “es un cuerpo”. Del conocimiento de ese cuerpo, y de su cuidado, dependen principalmente la salud y el bienestar. No existe en el universo conocido ninguna estructura tan compleja, tan perfecta y a la vez tan bella, como el cuerpo humano en buen estado de salud. (Pág. # 10).

Es fundamental mantener un buen estado de salud para que las actividades diarias, ya sean estas en el trabajo o en los estudios puedan desarrollarse sin ningún malestar, solo así existirá una mayor productividad.

En varios países del mundo así como en el nuestro, el gasto en salud ha crecido en los últimos años, por el aumento de enfermedades tales como las cardiovasculares, de hipertensión, entre otras.

Lo detallado anteriormente conlleva a otra enfermedad aún más fuerte como es la diabetes mellitus, sin embargo, no solo basta aumentar los impuestos o regularizar las reformas presupuestarias para solucionar este problema, existen opciones mucho más viables.

Una de las opciones más viables al buscar una solución al problema del sinnúmero de enfermedades existentes en el medio es adaptar el régimen de comida vegetariana, pues está comprobado que beneficia al organismo en gran manera, puesto que al incluir verduras, vegetales y semillas, se aporta en gran manera una cantidad considerable de nutrientes y otros elementos fundamentales para la salud.

En el cantón Salinas no existe un Restaurante de Comida Vegetariana, por lo tanto no se pueden cumplir aquellas expectativas del mercado de satisfacer la demanda creciente de productos que son saludables y al mismo tiempo, deliciosos. Aquella circunstancia anteriormente mencionada puede llevar a sus habitantes a desarrollar todo tipo de enfermedades.

En muchos casos esto se presenta por el desconocimiento de las propiedades de la comida vegetariana o por la escasez de estos establecimientos, lo que impide garantizar una salud óptima.

En el futuro, el gasto público por enfermedades crecerá en gran manera, impidiendo que aquel dinero sea invertido en obras públicas, sociales o de educación, privando a los peninsulares de aquellos beneficios.

En el caso de las familias, aquel dinero gastado en medicinas o en clínicas privadas impedirá que se pueda invertir en alguna actividad que suponga un ingreso más para los peninsulares. El desconocimiento de las propiedades beneficiosas de la alimentación saludable constituye un factor negativo para los habitantes, puesto que al presentarse ese caso “se vive para comer”, sin embargo, con el pasar de los años, se presentan numerosas dolencias en el organismo y es así que en ese momento “se come para vivir”.

La carencia de Restaurantes de Comida Vegetariana mantendrá a los habitantes del Cantón con una salud cada vez más deteriorada, por el consumo erróneo de alimentos perjudiciales para la salud, como son las grasas saturadas, carnes rojas, comida rápida, entre otras.

Enfermedades tales como: las cardiovasculares, hipertensión, mala circulación, obesidad, arteriosclerosis, acidez, gastritis y úlceras ganarán terreno y el índice de mortalidad podría crecer, disminuyendo la expectativa de vida de las personas. **(Ver anexo No. 2).**

Esta negativa situación hace necesaria la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana en el cantón Salinas, que permita a los consumidores de estos servicios la degustación de platillos agradables, pero asimismo beneficiosos para la conservación de una buena salud.

Ahora, es necesario despertar en los habitantes salinenses la preocupación por cambiar las dietas alimenticias, puesto que, como se expresó con antelación, el desconocimiento es grande.

Al establecerse este negocio con grandes perspectivas de crecimiento, no solo se va a ofrecer un servicio, sino que se asesorará sobre la manera de cómo complementar la alimentación. Así existirá una mejor recuperación o prevención, es decir, se indicará sobre la importancia del ejercicio físico, del consumo de alimentos en horas adecuadas, de la necesidad de dormir temprano, entre otras.

Resulta imprescindible fomentar esta cultura en un Cantón con gran crecimiento económico, ya que existen numerosas oportunidades no solo para aportar con la economía sino con la salud de miles de habitantes que con mejores condiciones físicas podrían laborar más efectivamente en todas las actividades que se propongan. La creación de un Restaurante de Comida Vegetariana supondrá la introducción de una nueva y conveniente cultura alimenticia en Salinas, que ofrecerá a los consumidores una excelente opción de nutrición.

Formulación del problema

¿Qué efecto ocasionan los indicadores de rentabilidad para la creación de un restaurante que mejore las condiciones de salud de los habitantes del cantón Salinas?

Sistematización del problema

¿Existen teorías sobre la Comida Vegetariana?

¿Existen Restaurantes de Comida Vegetariana en el cantón Salinas?

¿Cómo sería el Restaurante ideal que los habitantes desearían?

¿Qué recetas serían las mejores?

¿Qué tipo de servicio de Restaurante sería el mejor?

¿Cómo se debe elegir el mercado objetivo al cual estará dirigido el proyecto?,

¿Quiénes serían los clientes potenciales?

¿Qué métodos se van a utilizar para obtener información relevante en cuanto a la demanda del proyecto?

¿Qué estrategias se considerarán para que el Restaurante de Comida Vegetariana sea competitivo?

¿Cómo aporta a la salud de los habitantes de la provincia de Santa Elena el cambio del régimen alimenticio convencional con el vegetariano?

Justificación

La comida vegetariana o también conocida como alimentación saludable en realidad resulta provechosa para quien la consume, todo está en la actitud que se tome frente a tantas situaciones negativas relacionadas con las malas prácticas alimenticias. González Jorge (2012) expresa lo siguiente:

“La alimentación del ser humano en todo el mundo tiene escenarios completamente distintos: hay lugares en donde es relativamente sencillo conseguir los alimentos que cubran no solo los gustos, sino también las necesidades de los individuos; pero en algunos lugares no resulta tan accesible conseguir alimentos que compongan una alimentación que sea gustosa y, a la vez, saludable”. (Pág. #24).

En la Provincia, son muchas las personas que, por una enfermedad han tenido que cortar sus actividades diarias, perjudicando económicamente no solo a sus familias, sino probablemente a todo un sector.

La comida vegetariana ha demostrado, no solo en el país, ser una excelente opción para aquellos que desean mantener una vigorosa salud.

No existen investigaciones profundas sobre la comida vegetariana en la provincia de Santa Elena, provocando que el desconocimiento permanezca y de esta manera también se mantenga el riesgo de contraer algún tipo de padecimiento en el organismo. Es menester establecer explicaciones a las situaciones internas que se presentan en el entorno por la carencia de una cultura alimenticia adecuada y cómo afecta a los habitantes y turistas.

Con la investigación se ayudará a las personas que desean cambiar su régimen alimenticio, puesto que se mostrará aquel mejor estilo de vida, y los productos beneficiosos para el organismo a diversos grupos objetivos, tales como: jóvenes, deportistas, empresarios, adultos mayores, personas que presenten enfermedades relacionadas a una mala nutrición, entre otras. En la actualidad, por consumir productos altos en niveles de grasa se pueden perjudicar órganos tan indispensables como el corazón y el hígado, que perjudicarían su correcto funcionamiento.

La investigación propuesta busca identificar los beneficios que existen al adoptar un mejor régimen alimenticio en los habitantes del cantón Salinas, de la provincia de Santa Elena, como son el mejoramiento de la salud y la prevención de diversas enfermedades. Con la creación del restaurante de comida vegetariana Naviarestaurant S.A. se desea encaminar a las personas hacia ese mejor estilo de vida, que consiste en nutrirse de manera sana y nutritiva.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Proponer la creación de un restaurante, determinando la viabilidad técnica, organizativa, de mercado y financiera, como una forma de generar una alternativa de comida vegetariana en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013.

Objetivos específicos

- Fundamentar teóricamente los diferentes criterios y conceptos de la comida vegetariana, considerando los diferentes autores que faciliten la comprensión del objeto de investigación.
- Diseñar la metodología en función de las técnicas e instrumentos de investigación, que permitan la obtención de información relevante para el avance de la investigación.
- Analizar la información obtenida en la recolección de datos, para tomar decisiones acertadas en el desarrollo de la investigación.
- Elaborar la propuesta de creación de un Restaurante de Comida Vegetariana, en concordancia con las necesidades de los consumidores.

Hipótesis

Con la creación de un restaurante, determinando la viabilidad técnica, organizativa, de mercado y financiera, se genera una alternativa de comida vegetariana en el cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013.

Operacionalización de las variables

Identificación de las variables:

Variable Independiente: Restaurantes

Variable Dependiente: Comida Vegetariana

Cuadro No. 2: Variable Dependiente – Comida Vegetariana

VARIABLE DEPENDIENTE: COMIDA VEGETARIANA							
HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PARA LOS INDICADORES	INSTRUMENTOS O REACTIVOS	
<p align="center">Con la propuesta de creación de un Restaurante de comida vegetariana se obtendrá una nueva cultura alimenticia para beneficio de la salud de los habitantes del cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2013.</p>	<p align="center">Comida vegetariana</p>	<p align="center">Es aquella alimentación basada en productos naturales, beneficiosos para la salud y el estado físico, obviando las carnes rojas o aquellos alimentos de origen animal.</p>	<p align="center">Alimentación</p>	<p align="center">Dieta nutritiva y balanceada</p>	<p align="center">¿Qué tan importante es la nutrición?</p>	<p align="center">Cuestionarios</p>	
			<p align="center">Estado del organismo para las actividades diarias</p>	<p align="center">Actividades laborales</p>	<p align="center">¿Qué nutrientes necesita el organismo?</p>		<p align="center">¿Cómo mantener un cuerpo sano?</p>
			<p align="center">Salud</p>	<p align="center">Actividades estudiantiles</p>	<p align="center">¿Se pueden desarrollar actividades físicas con una alimentación a medias?</p>		
				<p align="center">Prevención de enfermedades cardiovasculares, sanguíneas, de hipertensión, entre otras.</p>	<p align="center">¿Cómo obtener una buena salud?</p>	<p align="center">Formulario de entrevistas</p>	
					<p align="center">¿Cómo afecta la salud a las actividades cotidianas?</p>		

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Alex Xavier Morán Navia

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.

En la investigación aplicada se determina la necesidad de un Restaurante de Comida Vegetariana en el cantón Salinas, vista la amplia aceptación que se tenga de parte de todos los habitantes que deseen optar por aquel camino más saludable. Los jóvenes, adultos y adultos mayores percibirán cómo su salud mejora al consumir alimentos bajos en grasa.

En realidad, en la provincia de Santa Elena es muy poco lo que se ha investigado sobre la comida vegetariana, ahí es donde radica la importancia de incursionar en un campo que es virgen, pero que los habitantes de la provincia considera como fundamental para sus vidas, tratándose de un tema tan relevante como es la salud.

El conocimiento sobre los beneficios de la comida vegetariana es muy limitado, para ser más específicos, se le da muy poca importancia, por ser ajena a la cultura peninsular. Con la presente investigación, y tomando en cuenta las teorías de la alimentación sana y la importancia de los restaurantes en la economía, como fuente de trabajo, se establece el punto de partida de una nueva cultura que pretende velar por el bienestar de los miles de peninsulares.

1.1.1. Salinas.

1.1.1.1. Antecedentes.

Salinas se encuentra asentada en la novel provincia de Santa Elena, su nombre se debe a las minas de sal yodadas que poseen gran extensión territorial y que desde tiempos pre-coloniales se han venido explotando de su suelo salitroso.

Este Cantón se encuentra ubicado a 144 Km de la ciudad de Guayaquil, en el extremo más saliente de la Costa del Pacífico Sur y forma parte de la provincia de Santa Elena.

A través del tiempo se ha conformado como una ciudad que se desarrolla en base al turismo de sol, mar y playa, como los más importantes y cuenta con una infraestructura hotelera de primera calidad. (www.salinas.gob.ec)

1.1.1.2. Límites y división política.

Sus límites son: al Norte, Sur y Oeste con el Océano Pacífico y al Este con los Cantones La Libertad y Santa Elena. En relación a su división política, esta comprende seis parroquias, dos de ellas rurales: José Luis Tamayo y Anconcito; y cuatro son urbanas: Carlos Larrea, Alberto Enríquez Gallo, Vicente Rocafuerte y Santa Rosa, sin embargo cabe recalcar que las tres primeras son conocidas como Parroquia Salinas.

1.1.1.3. Extensión.

Cuenta con un total de 7.356,7 hectáreas, divididas de la siguiente manera: Cabecera Cantonal Salinas: 2.706,84 hectáreas, José Luis Tamayo 3.676,02 y Anconcito con 973,84. A pesar de ser el Cantón más pequeño de la provincia es uno de los que más aporta con el desarrollo económico de la misma.

1.1.1.4. Clima.

Como parte de la faja costera, Salinas debería tener un clima húmedo tropical, pero el influjo del mar, del que se halla casi completamente rodeado y los vientos de la corriente fría de Humbolt, cambian de manera notoria su clima, con temperaturas que oscilan en torno a los 24 grados, lo que le hacen tan agradable.

Por tal razón se ha convertido en uno de los favoritos por quienes desean disfrutar de sus vacaciones en un ambiente ameno.

1.1.1.5. Población.

Según el último censo realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos – INEC- en el año 2010, el Cantón Salinas cuenta con 68.675 habitantes, de los cuales 33.239 son mujeres y 35.436 son varones.

1.1.1.6. Oferta y Demanda.

Según el estudio realizado el año 2009 denominado “Propuesta para la creación de un Centro de Interpretación Ambiental en el Área Marino Costera Protegida por Salinas”, durante la temporada de vacaciones de la Región Costa, Guayas y El Oro son dos de las Provincias que más aportan turistas, seguido muy de cerca por Cuenca en la temporada de la Sierra, este último, aunque relativamente aporta con menos visitantes tiene la particularidad de hospedarse más días que las otras provincias mencionadas.

Salinas recibe aproximadamente 150.000 turistas cada año, la mayoría de estos internacionales y provenientes de Europa, Norteamérica y Brasil. En relación al comportamiento de la demanda es importante recalcar que este balneario cuenta con un mes especial de visitación que es en el mes de Diciembre, el mismo que posee un amplio volumen de turistas, que desean pasar ahí el fin de año, para disfrutar de los espectáculos que se llevan a cabo.

Es fundamental destacar que una parte representativa de los visitantes no se hospedan en hoteles o adquieren servicios de restaurante, debido a que es temporal el tiempo que visitan el Cantón, y el gasto establecido para esos días es más de aprovisionamiento que de consumo.

Otro importante segmento de la demanda en este Cantón es el de turismo de negocios, es decir, este balneario, por su inminente atractivo turístico es empleado en ocasión de convenciones, congresos y diversos encuentros empresariales, ya sean estos nacionales o internacionales.

1.1.1.7. Comercialización de productos y servicios.

Salinas se ha destacado en el sector económico por ser un Cantón que ofrece gran variedad de productos y servicios. Los productos que más se comercializan en este cantón son las artesanías, gafas, pareos, entre otros relacionados al turismo. Entre los servicios que ofrece se destaca el de hotelería, operadoras turísticas y por supuesto, los de venta de platillos en base a productos del mar; este último sin duda es uno de los que más atrae el momento de escoger.

Son muchos los establecimientos que ofrecen estos servicios, existe un gran mercado que se dedica a esto y hace que se generen muchas fuentes de trabajo, sobre todo cuando se acerca la temporada playera, cuando aumenta el flujo de turistas.

1.1.1.8. Variedad culinaria.

La gastronomía es un conjunto de aspectos culinarios junto a aspectos culturales que crea una identidad en cada comunidad o cultura. Se puede decir también que la gastronomía es la relación que tiene el ser humano con el medio que lo rodea, específicamente con la comida que consume, los diferentes métodos que utiliza para adquirirla y la manera como los prepara para poder alimentarse.

Es por eso importante destacar que en el aspecto culinario no solo se toma en cuenta la manera de cocinar sino la responsabilidad ambiental y social al adquirir cualquier tipo de producto.

1.1.1.9. Innovación gastronómica.

El Cantón Salinas se ha caracterizado por mantenerse siempre a la expectativa de las últimas tendencias en servicios de restauración, tanto en publicidad como en los diferentes procesos para la preparación de los platillos que se ofrecen. El turista nacional y extranjero no solo busca disfrutar de un momento placentero en la playa, sino también de degustar un determinado platillo en un ambiente agradable y ameno.

La adaptación de sabores mediterráneos en la cocina salinense es visible, y fundamental intercambiar costumbres culinarias de otros ámbitos, entiéndase culinarios y gastronómicos, en el caso del presente estudio. Es ese toque distintivo el que ha ubicado a Salinas como uno de los sectores turísticos con más preferencia entre los buenos comensales.

1.1.1.10. Platillos destacados.

Como se detalló con anterioridad, Salinas se ha destacado entre los polos turísticos del país por su amplia gastronomía; el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (2012) expresa lo siguiente en relación a los platillos tradicionales:

El plato típico y representativo de Salinas es el ceviche mixto de manjares del mar, además encontramos gran variedad, como: camarón, concha, langosta, pescado, pulpo, calamar, perro, ostión, almeja, mejillones, etc., los unos con los otros constituyen los ceviches mixtos. Es muy sabroso también el sancocho de pescado, (...) así como el pescado: frito, asado, hornado, sudado, adornado con patacones. (Plan de viajes – Gastronomía).

Como se puede apreciar, es amplia y variada la gastronomía del sector, destacando la utilización de la materia prima local, como es el producto del mar.

1.1.1.12. Desarrollo económico.

El desarrollo económico se puede definir como un proceso continuo de crecimiento de la economía, es decir, el desarrollo sostenible de toda una sociedad. En este proceso se aplican o adaptan nuevas tecnologías a las áreas de la empresa.

Es preciso destacar que aunque un país o un determinado sector posean un crecimiento económico no necesariamente significa que se está alcanzado su desarrollo, pues lo ideal sería que haya alguna transformación en el nivel de bienestar de las personas, entendiéndose bienestar social, cultural, sanitario, etc. Salinas se ha desarrollado mucho en las últimas décadas, gracias a las excelentes gestiones que hicieron los gobiernos de turno. En la actualidad cuenta con una estructura propia, la misma que no existe en otras playas de la Costa Ecuatoriana, ofreciendo de esta manera los servicios básicos, indispensables para el soporte de la actividad turística.

En la zona urbana se destaca la amplia gama de posibilidades de gasto y consumo, destacando el servicio de hotelería y de restauración, que va dirigido a diversos segmentos de mercado y estratos sociales, es decir, se ofrecen servicios de primera categoría y también los más sencillos, sin descuidar la buena atención; sin duda alguna esta estrategia que se utilizó benefició en gran manera al desarrollo económico del sector.

1.1.1.12. Factores de crecimiento económico.

Salinas ha demostrado que su gente ha podido utilizar estas cuatro ruedas, tal vez no a la perfección, pero sí con un alto sentido de responsabilidad y deseos de superación. Son visibles las cuatro ruedas de crecimiento económico por la motivación del recurso humano al realizar las actividades encomendadas.

Otro factor de crecimiento económico es la utilización de los recursos naturales locales, que emplean cada uno de los dueños de pequeños y grandes establecimientos, para que la riqueza se pueda quedar en la provincia; las carreteras también han mejorado considerablemente.

Todo lo detallado anteriormente permite un mejor tránsito y por lo tanto una mayor afluencia de turistas; y por último, la forma de administrar ha mejorado, con la pertinente exigibilidad a los empresarios de que deben estar siempre actualizados y dispuestos a ser flexibles en diversos cambios que se puedan presentar.

Salinas es un ejemplo de desarrollo económico para el resto de provincias y su aportación al turismo nacional ha sido fundamental, gracias a la utilización de diversas estrategias comerciales en general.

1.1.1.13. Atractivos turísticos.

En cada ciudad existe un distintivo especial que la hace diferente de las demás, no existen 2 ciudades iguales, sin duda Salinas no escapa de esta realidad. El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Salinas (2012) destaca lo siguiente en relación a los atractivos turísticos:

Uno de los atractivos turísticos sin duda alguna el admirar los encantos naturales de este fascinante balneario, empezando por contemplar la bella danza de las ballenas jorobadas que se acercan a tan solo 8 km. de sus costas.

Es cautivante avizorar el reposo de los lentos y apacibles lobos marinos en el sector de la puntilla. Es sede del Campeonato de tenis Challenger y de famosos certámenes de belleza, velerismo, rapeling, parapente, alas delta y pesca. Cuenta con hoteles de cinco estrellas, casinos, autódromo, hipódromo, sitios para practicar buceo, tabla, natación y pesca deportiva de profundidad. La Chocolatera, gran acantilado que es el punto más saliente de la provincia de Santa Elena.

Otros de los sitios turísticos más relevantes del cantón Salinas son los siguientes:

- Malecón Principal de Salinas y Chipipe.
- Parque Cívico de San Lorenzo.
- Paseo artesanal Los Cedros.
- Malecón de Santa Rosa.
- Mall del Pacífico.
- Malecón de Anconcito.
- Museo de ballenas. (Salinas – La Ciudad).

1.1.2. Restaurantes.

1.1.2.1. Concepto.

Editorial VÉRTICE (2009), expresa lo siguiente en relación al concepto de este tipo de negocio: “El restaurante representa en la restauración la prestación del servicio de comidas y bebidas en el más amplio sentido de la palabra”. (Pág. #5).

Se entiende entonces por restaurante a aquella prestación de servicios que ofrece a los consumidores una amplia gama de alimentos y bebidas para su restauración. Cabe recalcar entonces que la esencia de la palabra restauración, conlleva a la mejoría en la salud o el estado físico de la persona que adquiere dicho servicio.

1.1.2.2. Historia de los restaurantes.

Fonseca Elena (2007), expresa que algunos testimonios históricos y arqueológicos aseguran que las tabernas ya existían en el año 1700 a.C. Se localizaron pruebas de la existencia de un comedor público en Egipto en el año 512 a.C., el mismo tenía un menú limitado que solo servía un plato preparado con cereales, aves salvajes y cebolla.

Sin embargo, los egipcios usaban una amplia selección de alimentos para cocinar, tales como: guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechuga, endibias, rábanos, cebolla, ajos, puerros, grasas de animales y vegetales, carne, miel, dátiles y productos. (Pág. #595).

La historia de los restaurantes entonces comienza desde hacía mucho tiempo atrás, antes que Cristo viniera a esta tierra; no con el concepto de restaurante, a fin de cuentas, pero si con la referencia de que en los primeros menús se establecía un platillo con altas propiedades vitamínicas, necesarias para las actividades laborales, que en aquel tiempo en verdad eran muy exigentes. A continuación, en el presente cuadro, se detalla de manera resumida la historia de los restaurantes a nivel mundial y los países que aportaron en gran manera a la gastronomía de todos los tiempos:

Cuadro No. 3: Historia de los restaurantes

Época de la historia	Hecho relevante
El antiguo Egipto	Gran ingenio culinario a través de los papiros médicos, en los que se incluyeron algunas recetas para paliar ciertas enfermedades y molestias intestinales.
Época Romana	Los antiguos romanos solían comer a menudo fuera de sus casas; y pueden encontrarse pruebas de Herculano, una ciudad de veraneo cerca de Nápoles que durante el año 79 d.C. fue cubierta de lava y barro por la erupción del volcán Vesubio.
Edad Media (VI al XV) y Renacimiento	En esta época la ostentación de la mesa alcanzó el punto más alto desde su creación, en 1600 se marca la aproximación al sabor natural, sin especias, punto de ruptura con el gusto del pasado.
Francia, Inglaterra y España (XV)	Lo relevante fue la simplicidad y el refinamiento que deben ir unidos para alcanzar la perfección. Llegaron influencias de productos de América.
Siglos XVII y XVIII	Aparece el primer libro moderno de cocina francesa. Aparece el primer restaurante. Despuntó en Europa el consumo de la papa.
Siglo XIV	Influencia mundial de la gastronomía mediterránea (España, Francia, Grecia, Italia, Túnez, Marruecos, entre otros).
Cocina actual	Utilización de productos frescos y, siempre que sea posible, de temporada. Salsas suaves y puntos de cocción acordes con los géneros.

Fuente: Fonseca Elena – Turismo, Hotelería y Restaurantes
Elaborado por: Alex Morán Navia

1.1.2.3. Restaurantes en la actualidad.

Fonseca Elena (2007), destaca que por la importancia que representa la nueva tendencia en la restauración tradicional, el honor lo tienen una serie de restauradores y cocineros, de manera especial a los españoles y franceses, que supieron llevar esta industria del paladar hasta las más altas esferas gastronómicas.

Los pilares de este tipo de cocina se basan en los siguientes puntos esenciales:

- Utilización de productos frescos y de temporada, cuando fuere posible.
- Elaboraciones sencillas y sin extorsión de la calidad del producto.
- Salsas suaves y puntos de cocción acordes con los gustos.
- Mayor relieve, imaginación y presentación en la elaboración del plato.
- Especial relevancia en los productos dietéticos.
- Búsqueda actual de las recetas de la cocina regional y autóctona. (Pág. #613-614).

Con el pasar de los años ha evolucionado de forma fantástica la gastronomía, hasta convertirse en algo fundamental no solo en los restaurantes propiamente dichos, sino también en los hogares del mundo, donde se procura avanzar cada día más con la alimentación.

1.1.2.4. Clasificación de los restaurantes.

Editorial VÉRTICE (2009) define los diversos tipos de restaurantes que existen en relación al punto de vista del servicio, se lo detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 4: Clasificación de los restaurantes

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
RESTAURANTE TRADICIONAL	Posee una cocina refinada, con platos típicos e internacionales. El mobiliario se compone de mesas independientes y sillas de estilo. Su personal se presenta uniformado.
CAFETERÍA	Ofrece servicios de consumiciones ligeras en el mostrador. A veces se complementa con un pequeño número de mesas.
SNACK BAR	Presenta un servicio de menús sencillos o platos combinados.
SELF-SERVICE	El cliente se sirve él mismo en bandejas que circulan por un mostrador paralelo a los expositores donde se encuentran los platos.
BUFFET ABIERTO	Es la modalidad más usada actualmente en los hoteles, en la que el cliente se sirve a voluntad y todas las veces que lo desee a un precio único.

Fuente: Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio – Editorial VÉRTICE
Elaborado por: Alex Morán Navia

1.1.2.5. Servicio al cliente.

En el aspecto del contacto directo con el cliente es necesario, como en todo servicio comercial, un excelente trato con ellos, pues son la razón por la cual este tipo de negocios ha permanecido en el transcurrir del tiempo. Es preciso atenderlos de la mejor manera para su comodidad y conformidad. Editorial VÉRTICE (2009) declara un punto fundamental en relación al servicio al cliente:

“Cada empresa marcará las formas de trato a sus clientes por parte del personal de sala. Habrá desde locales muy informales, hasta algunos en los que se aplican los protocolos más elaborados y atentos con los comensales. Aunque dentro de la clientela local, a no ser que tenga un estilo muy marcado, también puede tener distintas sensibilidades o preferencias para el trato. Es trabajo de todo el personal que tenga contacto con los clientes, el elegir siempre la fórmula más correcta”. (Pág. #9).

Se explica una gran realidad, y es que desde el restaurante más modesto hasta el más elegante de todos, el trato con el cliente es un factor determinante para el avance o para el declive de dicho negocio.

Todo el personal entonces laborará cumpliendo con las más altas exigencias posibles para entera satisfacción de los consumidores.

1.1.2.6. Aptitudes del personal del restaurante.

Para que el restaurante pueda tener gran acogida entre todos los negocios de ese tipo y para la fidelización del cliente, es menester que el personal cumpla con los requisitos que se describen en el cuadro que se presenta a continuación:

Cuadro No. 5: Aptitudes del personal

TIPOS DE APTITUDES	CARACTERÍSTICAS
FÍSICAS	Son cualidades innatas o entrenadas, por ejemplo: facilidad de expresión con los clientes, ligereza de gestos, buena presencia física, buena salud, entre otras.
INTELECTUALES	Se adquieren a través del estudio y el trabajo, se citan: nivel medio de estudios y los idiomas, buena memoria y corrección en el lenguaje.
PROFESIONALES	Responsabilidad en el trabajo, dominio de sí mismo, sentido del orden, cortesía y educación con los clientes, franqueza, amabilidad y simpatía.

Fuente: Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio – Editorial VÉRTICE
Elaborado por: Alex Morán Navia

Las aptitudes entonces se consideran como todas aquellas características que posee el personal y que los hace aptos para las diversas tareas a ellos encomendadas. Se describieron las experiencias, habilidades y conocimientos.

1.1.2.7. Actitudes del personal del restaurante.

Las actitudes son todas aquellas posturas del trabajador frente a una determinada situación que se presente en su entorno laboral y aquello viene establecido de acuerdo a las condicionantes de su personalidad.

Entre las más relevantes se destacan:

- Voluntad.
- Honradez.
- Compañerismo.
- Amor a la profesión.
- Espíritu de sacrificio.
- Responsabilidad.
- Disciplina.

1.1.2.8. Reglas hacia el cliente.

Al establecer los lineamientos del personal respecto de sus actitudes y aptitudes, es preciso también determinar las reglas primordiales hacia el ente más importante de la empresa, como lo es el cliente, como es de conocimiento general, aquellas que se enmarcan como políticas internas y rigen a todo el personal; estas se presentan en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 6: Reglas hacia los clientes

REGLAS HACIA LOS CLIENTES	
1	Ser correcto y educado con el cliente, procurando atenderle en todo cuanto necesite
2	Aconsejarle cuando lo solicite, en relación a una posible indecisión en la selección de los platillos.
3	Ser jovial e intentar hacer más grata la presencia del cliente.
4	Ser servicial, con el ánimo de agradar. Atender de forma eficaz.
5	Ser discreto, evitando escuchar conversaciones y mucho menos participar de estas.
6	Ofrecer un trato a los clientes igual para todos.
7	Aprovechar el momento idóneo para dirigirse al cliente, sin interrumpirle, y con tono de voz suave y educada.

Fuente: Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio

Elaborado por: Alex Morán Navia

1.1.2.9. El servicio de restaurantes como dinamizador de la economía.

García Francisco, García Pedro y Gil Mario (2011), expresan lo siguiente:

“La industria de la restauración vive un continuo y progresivo crecimiento, por encima de la media global de la economía del país; tanto en número de establecimientos como la cifra de ingresos aumentan de forma considerable cada año” (Pág. #2).

Los autores mencionan algo que es en realidad importante, refiriéndose a uno de los países más experimentados en materia gastronómica, como es España; que en definitiva, el sector de restauración ofrece muchas oportunidades de trabajo. Al crecer progresivamente, no solo para aquellas personas que tienen experiencia en la cocina, sino para aquellas que están consiguiendo su primer empleo. Los autores citados asimismo destacan que:

“Se está produciendo una importante transformación del sector, adecuando todos los elementos que configuran el servicio de comidas y bebidas – gestión, elaboración, maquinaria, materias primas, distribución, seguridad alimentaria, etc. – para poder satisfacer así las nuevas y crecientes necesidades de la sociedad actual, provocadas principalmente por los cambios sociales, económicos y tecnológicos que han tenido lugar en los últimos 30 años”. (Pág. #2).

Sin duda, la sociedad ha acrecentado en las últimas décadas la demanda de este tipo de servicios. Son muchos los factores que causan esta situación, sin embargo, es menester acotar que los restaurantes han tenido que adaptarse a dichas exigencias y ser flexibles en su diaria labor, para mantenerse en el mercado.

1.2. COMIDA VEGETARIANA.

1.2.1. La alimentación como elemento fundamental para el individuo.

Pamplona Jorge (2009), afirma que: “nuestro cuerpo necesita cada día de ciertas sustancias químicas, llamadas nutrientes, que solo pueden obtenerse adecuadamente de los alimentos”. (Pág. #19). La alimentación es fundamental en la vida de cada persona, puesto que aporta nutrientes que el organismo necesita para generar energía y poder así desarrollar todo tipo de actividades con total normalidad.

La alimentación es un factor que trasciende culturas, barreras y todo tipo de costumbres en el mundo, desde tiempos inmemoriales se ha sabido que el hombre para su subsistencia ha tenido que cosechar su propio alimento para alimentar a su familia, sin embargo cada país tiene su característica especial, pues no en todos se aplica el mismo régimen alimenticio.

1.2.2. Aportaciones sobre el término de alimentación.

González Jorge (2012) dice expresa lo siguiente:

“Alimentar, dice el diccionario, es cargar la máquina con combustible, Y, desde ese punto de vista, esta maravillosa máquina que es nuestro organismo necesita combustible -que debería ser siempre el adecuado-; y ese combustible está generalmente constituido por los alimentos que ingerimos. Hablamos de una correcta alimentación, o bien de una nutrición adecuada cuando este proceso – el de alimentarse – sigue algunas reglas, que tienen que ver en general con la cantidad, la calidad, la distribución y la velocidad con que se come”. (Pág. #26).

Según lo considerado por el autor, el organismo, así como también lo es una máquina, necesita de muchos elementos para su correcto funcionamiento, para avanzar y para ejecutar todo tipo de actividades.

Las maquinarias en una empresa deben cumplir ciertas reglas para cumplir con su trabajo de una forma adecuada, asimismo, el cuerpo debe acatar lineamientos alimenticios convenientes no solo en cantidad de comida, sino en calidad.

María José Simón (2009) afirma que la alimentación puede definirse como parte externa del proceso nutritivo, es decir, el acto mediante el cual introducimos en nuestro organismo, fundamentalmente por la boca, distintos alimentos que nos sirven de sustento. (Pág. #8).

Se considera que uno de los mejores medicamentos existentes en la actualidad es el alimento, puesto que el cuerpo absorbe todos aquellos beneficios que aporta y depende de su exceso o medida el correcto funcionamiento del organismo.

Hipócrates, (460 a.C.), considerado por muchos reconocidos autores como el “Padre de la Medicina” expuso en algún momento el siguiente aforismo, que en realidad expresa una verdad incuestionable y que da para pensar: “Que tu alimento sea tu medicina y que tu medicina sea tu alimento”.

Lo que este gran personaje quería expresar es que no era tan importante el papel de los médicos en ese entonces, bastaba que las personas adoptaran una correcta alimentación para que su salud estuviere fortalecida, así las actividades diarias serían desempeñadas sin impedimento alguno.

Jorge González (2012) expresa que: “la alimentación es, en la actualidad, el factor más importante para tener salud o tener enfermedad. De hecho, alimentarse es una necesidad básica que tiene el ser humano y esto parece ser común a todos los seres vivos”. (Pág. #24).

El autor indica algo cierto, y es que todos los seres vivos, independientemente de la comida que requieran para alimentarse, necesitan consumir elementos adecuados y apropiados para sus dietas; es una necesidad irrefutable, por lo tanto se debe elegir lo mejor a la hora de ingresar los nutrientes al organismo, no cantidad, sino calidad.

1.2.3. Importancia de la alimentación en la salud.

Biazzi Eliza (2008) expresa algo muy importante: “Los malos hábitos, una vida desordenada y artificial, una alimentación inadecuada y antinatural, los productos refinados por el proceso industrial, la falta de ejercicio, la tensión emocional, la agitación de la vida moderna, el ruido, la contaminación ambiental y la falta de higiene – principalmente en las ciudades -, la promiscuidad, la inmoralidad, etc., son las bases de las futuras enfermedades”. (Pág. #4).

La autora acota un punto fundamental, y es que en la actualidad muchas personas se han dado cuenta aquello que comen y sus hábitos “modernos”, pero destructivos, pueden trastornar su vida y es ahí en este punto importante donde radica el destino final de una persona, ya que la mayoría de muertes que se producen tienen relación directa con los factores dietéticos.

Es interesante notar que la alimentación, unida a otra serie de factores nocivos para la salud, puede acarrear mucho más que una mala salud, por eso es esencial que las personas comprendan que comer saludable es bueno, pero debe ir acompañado de otra serie de cambios que deben aplicarse a la rutina diaria, porque aquellos pequeños cambios pueden tornarse en efectos sobremanera diferenciadores en la vida del ser humano.

Knight John (2008), un experimentado médico, acota un comentario interesante respecto del entorno de las enfermedades, que es una realidad en la vida de muchas personas que de seguro, han pasado por esta experiencia:

“Hoy todo el mundo está consciente de lo que es la enfermedad, y se está interesando cada día más en cuanto a cómo ocurre y cómo se llega a un diagnóstico y a su curación. Y de lo que es más importante, cómo se la puede prevenir. Cantidad de personas sensatas y que saben pensar también practican la prevención. Si la última enfermedad fue una experiencia terrible, ¿qué puede hacerse para evitar que se repita? O mejor aún, ¿cómo puede detenerse la enfermedad en general antes que aparezca?”. (Pág. #8).

El autor relata una situación que en la actualidad alcanza a todo el mundo, y es el hecho de que a raíz de la aparición de muchas enfermedades, ha surgido la preocupación no solo de cómo curarlas, sino de cómo prevenirlas, ya que es preciso para todos el gozar de un buen estado para muchas de las actividades diarias. El sufrir una enfermedad desde ya es un hecho lamentable, porque, como declara el autor, es una terrible experiencia; entonces, la presencia de la misma, permite la preocupación de quien la sufre y por supuesto, a puesta en marcha de un plan preventivo para no caer nuevamente en una situación similar, porque a decir verdad, se pierde mucho al vivir tal experiencia.

1.2.4. La nutrición.

1.2.4.1. Concepto.

Gil Ángel (2010), afirma que la nutrición es una ciencia que se constituye en un arma poderosa disponible para conservar la salud e imprescindible en muchos casos para recuperarla, independientemente de que las causas por las que se haya deteriorado o perdido, sean de origen nutricional, como por ejemplo las enfermedades carenciales o por exceso de ingesta o de otro tipo, ya sean estas orgánicas, infecciosas, metabólicas, etc. (Pág. #3).

A diferencia de la alimentación, la nutrición combina otros factores que son imprescindibles para el ser humano, como los nutrientes, aminoácidos, fibra y otros elementos que juntos, pueden beneficiar en gran manera al cuerpo.

La nutrición es la correcta forma de gozar de salud de calidad, mediante el consumo de alimentos, absorbiendo solo lo indispensable, dejando de lado aquello que puede atentar contra el buen vivir de la persona.

González Jorge (2012), aporta un concepto acertado acerca de este término elemental para el ser humano:

“Nutrir o, mejor, la nutrición es el aprovechamiento que el organismo hace de los nutrientes que tienen ciertos alimentos, para cumplir las distintas funciones. Los nutrientes son elementos muchas veces esenciales para un buen funcionamiento del organismo y, por tanto, debemos tratar de incorporarlos diariamente”. (Pág. #26).

El organismo necesita nutrientes esenciales para estar en las mejores condiciones, es menester, según lo que acota el autor, proveerlos diariamente y de manera prioritaria, antes que cualquier otro factor.

1.2.4.2. La nutrición errada.

Se han realizado muchos estudios científicos que comprueban que el cuerpo necesita un buen tratamiento para su normal funcionamiento, es más, existe una variedad de alimentos que no se pueden consumir, es decir, que el cuerpo no está diseñado para asimilarlos y se resumen en errores de la nutrición, González Jorge (2012) lo confirma:

“Día tras día, son más las personas que se preocupan por aspectos que ocasionan algunos errores alimenticios: el aumento de peso, el colesterol, la hipertensión o la diabetes; y llegan a reconocer que comer de un modo adecuado y saludable se vuelve una necesidad vital” (Pág. #32).

A lo largo de los años se ha descubierto que los casos de enfermedades más frecuentes son producidos por tantos errores en aspectos nutricionales, como los que citó el autor. Por consiguiente, la correcta ingesta de alimentos nutritivos marca una gran diferencia.

1.2.5. Comida vegetariana.

1.2.5.1. Concepto.

A pesar de la amplitud del significado de la comida vegetariana y de las preferencias de las personas que la practican, Cuervo Marta (2013), muestra un criterio interesante acerca de la misma, en su libro sobre alimentación y dietas hospitalarias:

“El vegetarianismo engloba a diversidad de prácticas dietéticas que excluyen, más o menos radicalmente, el uso de alimentos de origen animal. Es un principio común a todas las prácticas vegetarianas escoger alimentos menos contaminados por la utilización de abonos químicos y con la menor manipulación industrial (Pág. #307).

Es importante destacar la opinión de la autora, partiendo desde el punto de diferenciación entre la comida secular y la vegetariana; la primera se prepara con animales, entiéndase carnes rojas y de pescado, y la segunda solo con vegetales, semillas, granos, entre otros.

El concepto de comida vegetariana es muy amplio y en realidad existen muchos criterios, lo cierto es que este régimen alimenticio es “cero animal y cien por ciento vegetal”.

1.2.5.2. Orígenes.

Jordi Salas-Salvadó (2008) en uno de sus artículos sobre este tema, declara: El término “vegetariano” empezó a utilizarse recién a mediados del siglo XXI, el concepto data del siglo VI a.C. cuando el filósofo griego Pitágoras excluyó la carne de su alimentación, justificando su postura como respeto a la vida y camino para mejorar la salud. En la Edad Media hay un intento de instaurar una dieta vegetariana entre el clero, que es seguida durante un corto período de tiempo, dando paso a la prohibición del consumo de carnes y derivados un día a la semana.

En el siglo XIX nació el verdadero movimiento vegetariano estrechamente relacionado con la iglesia. El primer representante fue el reverendo William Cowhered, quien en 1809 fundó en Manchester una secta, los Cristianos de la Biblia, basada en el seguimiento literal de esta, que defendía la dieta vegetariana como la única indicada por Dios en el Génesis.

Entre los discípulos de Cowhered, que establecieron su iglesia en Filadelfia, destaca Sylvester Graham. Su principal legado fue el de instar a la gente a usar harina integral de trigo. En 1840 los Cristianos de la Biblia establecieron la Sociedad Vegetariana de Gran Bretaña, seguida por la Sociedad Vegetariana Americana en 1850.

También en otros países (Alemania en 1867 y Francia en 1880) se crean sociedades vegetarianas promovidas en este caso por el ámbito médico como arma para mantener la salud y curar enfermedades. Otro grupo religioso con gran impacto en el desarrollo del vegetarianismo fueron los Adventistas del Séptimo Día, fundado en Estados Unidos alrededor de 1840. En la actualidad, el 50% de sus seguidores son vegetarianos.

El miembro más conocido de este grupo fue sin duda John Harvey Kellogg, director del sanatorio de Battle Creek, donde impuso un estilo de vida saludable. Las aportaciones de Kellogg a la dieta vegetariana fueron importantes, pues fue el primero en elaborar cereales para desayuno, un análogo de la carne a partir de la harina de trigo y cacahuates, y mantequilla de cacahuete.

Es en la primera mitad del siglo XX cuando la alimentación vegetariana tiene un gran auge tanto en Estados Unidos en 1943, en el que el 2% de la población era vegetariana como en Europa, con la experiencia de Dinamarca en 1917, en que la dieta vegetariana fue seguida por toda la población sin presentarse alteraciones en la salud.

En la segunda mitad del siglo XX continúa la tendencia creciente del vegetarianismo debido a diversos motivos éticos, filosóficos, ambientales o de salud.

Sin lugar a dudas la comida vegetariana tuvo sus inicios desde hacía varios siglos, impactando a cada sector con la idea revolucionaria del no consumo de la carne roja, en cambio reemplazándola con harina de trigo u otro elemento natural que pueda ayudar al organismo a mantenerse en buen estado.

Fue en países desarrollados que se inculcó este tipo de dieta, que fue entonces impartándose al resto de países, que la adaptaban al confirmar sus visibles beneficios.

1.2.5.3. Conceptos y aplicaciones del vegetarianismo.

Alimentarse exclusivamente de vegetales y otros elementos de origen natural es la característica principal de este régimen alimenticio, lo cierto es que conlleva a una mejor salud, esto haciendo referencia a algo comprobado desde hace muchas décadas atrás.

Según estudios científicos conocidos, el ser humano nació para ser vegetariano, es decir, para consumir alimentos vegetales, ya que la dentadura del mismo es plana en comparación con la de los animales carnívoros, que es puntiaguda y apta para desgarrar materia tan dura como la carne.

Además una correcta alimentación proporciona al cuerpo aquellos elementos esenciales para su correcto funcionamiento. Jordi Salas-Salvadó (2008) expresa lo siguiente acerca de las normas de alimentación:

“Las normas de alimentación equilibrada van encaminadas a cubrir las necesidades de energía y nutrientes, asegurando, asimismo, que los nutrientes energéticos guarden entre ellos las proporciones adecuadas para mantener un óptimo estado de salud”. (Pág. #472).

Una de las mayores necesidades del organismo es la de producir energía para que las actividades que se vayan a efectuar sean en realidad productivas y no provoquen cansancio o algún efecto negativo en el organismo, esa es la razón por la cual es necesario adoptarla en la vida de cada una de las personas.

1.2.5.4. Tipos de vegetarianismo.

Existen muchas ideologías en el tema de cuántos tipos de dietas vegetarianas existen, sin embargo, de una forma clara, Gil Ángel (2010) expresa lo siguiente, en relación a aquello:

Cuadro No. 7: Tipos de dietas vegetarianas

Tipo de dieta vegetariana	Característica
Estricta	Se ingieren solamente alimentos de origen vegetal, y por lo tanto se excluyen todo tipo de carnes, huevos y leche.
Crudívora	No cocinan los alimentos y restringen su dieta a productos vegetales que pueden comerse sin cocinar.
Frugívora	Se alimentan preferiblemente de frutas, hortalizas, frutos secos y semillas.
Macrobiótica	Se excluye carne, huevos, leche y derivados, azúcar, miel y edulcorantes artificiales. Se basa casi exclusivamente en la ingesta de arroz integral.
Lacto-vegetariana	Además de los productos vegetales, se incluye la leche, pero no huevos ni carne.
Ovo-vegetariana	Es similar a la anterior, solo que en esta si se incluyen los huevos.
Ovo-lacto-vegetariana	Se incluyen huevos y productos lácteos.
Pollo - vegetariana	Se incluye pollo y pavo en la dieta.
Pesco - vegetariana	Es una dieta en la que se incluye el pescado

Fuente: Gil Ángel – Nutrición Vegetariana (Pág. #1 y 2)
Elaborado por: Alex Morán Navia

Como el autor describe, existen algunos tipos de dietas vegetarianas, las cuales varían de acuerdo a la necesidad de cada persona o a su flexibilidad de consumir solo ciertos alimentos de origen animal, junto a los otros productos naturales. Las personas eligen ser vegetarianas, en su gran mayoría por motivos de salud, y otras tantas por motivos ideológicos o éticos.

Sea cual fuere la razón de inclinarse hacia este tipo de dietas, lo cierto es que la misma, beneficia sobremanera a la salud del consumidor. Cuando una persona pasa de ser consumidora de alimentos de origen animal a alimentos naturales, aquella transición le lleva a adaptar poco a poco su dieta.

Alguien que ha consumido desde pequeño carnes rojas, pollo y verduras, al hacer cambio de régimen alimenticio, de pronto pueda abandonar las carnes rojas, consuma poco pollo y más vegetales, frutas y legumbres; ahí aparece la denominación de la dieta pollo-vegetariana.

1.2.5.6. Beneficios de acoplarse a una dieta vegetariana.

Es muy claro que cambiar de dieta, de una consumista de productos de origen animal a una con alimentos de origen vegetal es un aporte invaluable para la salud, y conlleva a una serie de beneficios que permiten un mejor desempeño en toda actividad que realice una persona.

Holford Patrick y Lawson Susannah (2009) presentan los siguientes beneficios de una alimentación con características saludables:

- Mejorar la claridad mental, el estado de ánimo y la concentración.
- Aumentar el coeficiente intelectual.
- Incrementar el rendimiento físico.
- Desarrollar resistencia ante las infecciones.

- Protegernos contra la enfermedad.
- Ampliar nuestra esperanza de vida. (Pág. #16).

Los beneficios que citó el autor sin duda son solo unos cuantos de la amplia lista de situaciones positivas que conlleva la alimentación vegetariana. De los beneficios que se citaron, muchos de ellos tienen relación estrecha con el trabajo, que hoy en día por efectos de la globalización se ha tornado más acelerado.

En ocasiones de pronto se escucha a personas que comentan que la dieta vegetariana no es deliciosa, que no cubre por completo el apetito, o ideologías similares, sin embargo, es todo lo contrario, en realidad cubre aquellas expectativas y muchas más.

Es interesante notar cuántos problemas de salud se pueden disminuir o evitar con tan solo cambiar el régimen de alimentación; incluso, hay personas enfermas, que tan solo con incluir en su dieta alimentos naturales, notan un beneficio asombroso en su cuerpo.

Se podría acotar entonces un beneficio más en relación a lo ya expuesto, y es que con una alimentación saludable se puede ahorrar mucho dinero en medicamentos, así como también los malos ratos que conllevan sufrir alguna de las terribles enfermedades que se citaron con anterioridad.

Sin duda, un menú vegetariano es una forma agradable de alcanzar una tan anhelada buena salud. La dieta vegetariana es la más saludable de todas las que puedan existir, ya que reduce considerablemente el riesgo de enfermedades.

No es necesario hacer un estudio científico minucioso para darse cuenta que en verdad, al comer menos grasas en el diario vivir, se puede disfrutar de una vida tranquila y vigorosa.

1.3. MARCO LEGAL.

1.3.1. Constitución de la República (2008)

La Constitución de la República del Ecuador, en sus artículos 13, 32, 33 y 325 declara que:

Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente de alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria”.

“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 en buen vivir”.

“El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”.

“El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores”.

1.3.2. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010)

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en sus artículos 2, 4, 5, 19 y 53 expresa lo siguiente en cuanto a las actividades productivas:

Que se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Que los fines de la presente legislación tienen, como principales y fundamentales, los siguientes fines:

- Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente.
- Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los factores de la economía popular y solidaria.
- Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.
- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.
- Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

Que el Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo.
- La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva.

Que se reconocen el siguiente derecho a los inversionistas: La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley.

Que la Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

1.3.3. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

Políticas y lineamientos estratégicos

El Plan Nacional del Buen Vivir, publicado en junio del 2013, en sus políticas del buen vivir No. 2.1, 3.6, 8.10 y 9.10 acota los siguientes puntos importantes:

Que se debe promover y apoyar iniciativas de economía popular y solidaria y MIPYMES mediante mecanismos de asistencia técnica, circuitos económicos, aglomeración de economías familiares, sistemas de comercialización alternativa, fortalecimiento de la capacidad de negociación y acceso al financiamiento, medios de producción, conocimientos y capacidades, acorde a las potencialidades territoriales.

Que se necesita promover entre la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde con su edad y condiciones físicas. Desarrollar e implementar mecanismos que permitan fomentar en la población una alimentación saludable, nutritiva y equilibrada, para una vida sana y con menores riesgos de malnutrición y desórdenes alimenticios.

Que se deben incentivar las inversiones nacionales y extranjeras, otorgándoles estabilidad en el tiempo y articulándolas a los objetivos nacionales de desarrollo. Establecer mecanismos integrales para fortalecer el clima de negocios, la inversión en el país, y promover la imagen del Ecuador a nivel internacional.

Que hay que impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos. Implementar mecanismos de incentivos en actividades económicas, especialmente del sector popular y solidario, las Mipymes, la agricultura familiar campesina, así como las de trabajo autónomo que se orienten a la generación y conservación de trabajos dignos y garanticen la igualdad de oportunidades de empleo para toda la población.

Democratizar el acceso al crédito, financiamiento, seguros, activos productivos, bienes de capital e infraestructura productiva, entre otros, para fomentar el desarrollo y sostenibilidad de las actividades económicas de carácter asociativo y comunitario y su vinculación a cadenas productivas y mercados.

1.3.4. Ley de Compañías.

La Ley de Compañías, publicada en el año de 1999 declara, en sus Artículos 143, 146 y 150, los siguientes puntos importantes en cuanto a lo relacionado con la creación de empresas:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

1.4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: CREACIÓN DE EMPRESA.

1.4.1. Aspectos generales de la creación de empresas.

Urbano David y Toledano Nuria (2008), destacan lo siguiente acerca de las empresas:

“Una empresa es una entidad que, independientemente de su forma jurídica, se encuentra integrada por recursos humanos, técnicos y materiales, coordinados por una o varias personas que asumen la responsabilidad de adoptar decisiones oportunas, con el objetivo de obtener utilidades o prestar servicios a la comunidad”. (Pág. #20).

La creación de empresas indica la puesta en marcha de un proyecto que integra una serie de factores humanos y materiales, como detalla el autor, analizando asimismo el mercado en el cual se desea invertir, para satisfacción de esas demandas insatisfechas.

1.4.2. Etapas del proyecto de inversión para la creación de empresas.

1.4.2.1. Estudio de mercados.

Mercado.- Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

1.4.2.1.1. Objetivos y Generalidades.

Según Vaca Gabriel (2010), para un mejor trabajo es necesario perseguir los siguientes objetivos:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. (Pág. #12).

El mismo autor detalla que la investigación que se realice debe tener las siguientes características:

- La recopilación de la información debe ser sistemática.
- El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones. (Pág. #13).

1.4.2.1.2. Análisis de la demanda.

Para Vaca Gabriel (2010), el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son aquellas fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, en relación a un bien o servicio, así como también establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de aquella demanda.

Aquella demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundarias. (Pág. #15).

Para los efectos de análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar de la siguiente manera:

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- 1) Demanda insatisfecha, en la que el producto o servicio ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- 2) Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden definir dos tipos de demanda satisfecha:
 - a. Satisfecha saturada, la que no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.
 - b. Satisfecha no saturada, es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

- 1) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- 2) Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra es más por satisfacer un gusto que una necesidad.

En relación con su temporalidad, se reconocen dos tipos, que son:

- 1) Demanda continua, es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- 2) Demanda cíclica o estacional, es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como los regalos en la época navideña, paraguas en época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etcétera.

De acuerdo con su destino, se establecen dos tipos:

- 1) Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- 2) Demanda de bienes intermedios o industriales, que requiere algún procesamiento para ser bienes de consumo final. (Pág. #16).

1.4.2.2. Estudio Técnico

1.4.2.2.1. Objetivos y generalidades

Para Vaca Gabriel (2010), el diseño de una planta de manufactura y la optimización de todas sus áreas, incluso las actividades que se realizan en cada una de ellas, es una de las partes de la metodología de la evaluación de proyectos más desafiantes, a la vez que es la más apropiada para verdaderos ingenieros.

Los objetivos del análisis técnico operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

El estudio técnico en sí, lo que pretende resolver son las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. (Pág. #74).

1.4.2.2.2. Partes que conforman en Estudio Técnico.

Las partes que conforman el estudio técnico son las siguientes:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto.
- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto.
- Análisis de la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos.
- Identificación y descripción del proceso.
- Determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto. (Pág. #75).

1.4.2.2.3. Determinación del tamaño óptimo de la planta.

Para determinar el tamaño óptimo de la planta es necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su defecto diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas. (Pág. #75).

El autor expresa que un empresario, para determinar el tamaño ideal de su proyecto, debe conocer con mucha precisión o tener una idea clara del tipo de maquinarias que se van a necesitar y cuán grande es su proceso de manufacturación o en el caso de una empresa de servicios, qué tanto abarca en el sector en el que se está desarrollando. Vaca Gabriel (2010), acota:

La optimización del tamaño de la planta y de las condiciones de trabajo es similar a obtener un platillo de sabor igual al de la mejor cocinera, pero se deben optimizar todas las operaciones,

Dichas operaciones, como el sabor de su comida, puedan repetirse, cuantas veces se quiera, al menor costo, en el menor tiempo posible, y esto sí es un verdadero acto de ingeniería. (Pág. #76).

En el anterior ejemplo citado por el autor se puede observar un caso típico que requiere de un cálculo exacto del tamaño de la planta en que se desarrollará una cocinera, si todo se establece correctamente, es casi seguro que esta trabajadora siempre tendrá una buena sazón, ya que el ambiente de trabajo es el óptimo, al mismo tiempo que se reducen costos a largo plazo y se tiene la certeza que el cliente o los comensales tendrán a tiempo y en buen estado sus platillos preferidos.

1.4.2.2.4. Localización óptima del proyecto.

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social). El objetivo general, por supuesto, es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta.

Los factores que el autor ha citado muchas veces no son tomados en cuenta por los empresarios que pueden pensar que son meros puntos de vista de escritores y expertos en evaluación de proyectos, es necesario acotar que no es así; de la localización de la empresa mucho depende su éxito o fracaso.

Muchas han sido las que no hicieron un estudio técnico a profundidad y simplemente se ubicaron al azar en algún lugar y al final los resultados fueron desastrosos, no les fue como pensaban y terminaron cerrando sus plantas.

Es una situación funesta la que pueden vivir estos empresarios, sin embargo, es una realidad latente, es por eso menester considerar aquellos factores geográficos (lugar), institucionales (desarrollo industrial) y sociales (cultura).

1.4.2.3. Estudio Económico.

1.4.2.3.1. Objetivos generales y estructuración.

Vaca Gabriel (2010) comenta que el estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico ahora aparecerán en forma de inversiones y gastos. (Pág. #138).

Esta es sin duda una de las partes más importantes en la evaluación de proyectos, porque como bien lo expresa el autor, una vez que se ha especificado qué maquinaria, materiales, equipo de trabajo y otros elementos se han incluido en el proyecto, es momento de especificar los costos que se suponen, para obtener conclusiones importantes.

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, como lo es la evaluación económica.

1.4.2.3.2. Determinación de los costos.

Costo es una palabra muy utilizada, pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

1.4.2.3.3. Costos de producción.

Vaca Gabriel (2010) comenta que no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error de costeo en producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico.

Los costos de producción se anotan y determinan con las siguientes bases:

- Costos de materia prima.
- Costos de mano de obra.
- Costos de energía eléctrica.
- Costos de agua.
- Combustibles.
- Control de calidad.
- Mantenimiento.
- Cargos de depreciación y amortización. (Pág. #140-142)

1.4.2.3.4. Costos de administración.

Vaca Gabriel (2010) declara que como su nombre lo indica, son aquellos que se realizan en función de administración de la empresa. Es preciso destacar que no solo se refiere a los salarios del gerentes o los administradores, contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de la oficina.

Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal, relaciones públicas, finanzas e ingeniería. (Pág. #142).

1.4.2.3.5. Costo de ventas.

Es llamado también como departamento de mercadotecnia, que abarca actividades como la investigación y desarrollo de nuevos productos, desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y preferencias de los consumidores.

Este departamento versátil está encargado del ámbito publicitario de la empresa, así como también averiguar cuáles son las nuevas tendencias de ventas, que permitan a la empresa mejorar sus niveles de venta.

1.4.2.3.6. Costos financieros.

Estos costos son los que se deben pagar por concepto de capitales obtenidos por préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los costos generales y de administración, sin embargo, lo correcto sería registrarlos por separado, puesto que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay una razón para cargarlo a un área en específico.

Cabe recalcar que la ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos.

1.4.2.3.7. Inversión total inicial.

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Pág. #143).

El autor consideró aspectos fundamentales al hablar de los activos tangibles o fijos, que son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipo, mobiliario, vehículo, entre otros.

Por otro lado, los activos intangibles son el conjunto de bienes que pertenecen a la empresa que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, entre otros.

1.4.2.3.8. Depreciaciones y amortizaciones.

El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, solo que el primero se aplica solo al activo fijo, ya que con el uso de estos bienes valen menos, es decir, con el uso del tiempo no baja de precio; la amortización en cambio significa en cargo anual que se hace recuperar la inversión.

1.4.2.3.9. Capital de trabajo.

Se define como la diferencia aritmética entre activo circulante y pasivo circulante; está representado por el capital adicional con que se debe contar para que empiece a funcionar una empresa; así como hay que invertir en estos rubros, es importante destacar que se nos vienen créditos a corto plazo en conceptos como impuestos y algunos servicios y proveedores.

1.4.2.3.10. Punto de equilibrio.

Es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular en punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables. (Pág. #148). El punto de equilibrio indica a la empresa cuánto tiene que vender para no ganar ni perder algún valor económico.

1.4.2.3.11. Estado de resultados.

Este documento contable persigue el fin de calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que en forma general son el beneficio real de la operación de la planta y que se obtiene de la resta de los ingresos a todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que se deba pagar.

Para poder realizar un estado de resultados, la evaluación entrará en leyes tributaria, en las secciones referentes a la determinación de los ingresos y costos deducibles de impuestos, sin embargo, no hay que olvidar que en la evaluación de proyectos se planean y pronostican los resultados que probablemente se presentarían, es como establecer una proforma. En este estado de resultados se determinan los flujos netos de efectivo, indicando que mientras mayor sean los estos flujos, mejor será la rentabilidad económica.

1.4.2.3.12. Costo de capital.

En toda empresa debe haber una inversión inicial; el capital, que forma parte de aquella inversión, puede provenir de diversas fuentes y cualquiera que esta haya sido tendrá un costo asociado al capital de aporte. Por ejemplo, si se fuera a invertir en una empresa elaboradora de productos químicos terminados, se analizaría aquello que tiene referencia con acciones comunes y la actividad de preparar los químicos. Se observa su evolución y el rendimiento por acción de esta actividad en el presente.

1.4.2.3.13. Tabla de financiamiento.

Si una empresa realiza un préstamo y ha conseguido que este dinero le resulte barato, es decir, a tasas de interés sumamente bajas, podrá cubrir sin ningún problema sus necesidades económicas.

Ahora, al momento de pagar el préstamo adquirido con la institución pertinente se presentan cuatro formas de pago, que se detallan a continuación:

1. Pago de capital e intereses al final años de vida del proyecto.
2. Pago de interés al final de cada año, y de interés y todo el capital al final año de vida del proyecto.
3. Pago de cantidades iguales al final de cada uno de los años de vida del proyecto.
4. Pago de intereses y una parte proporcional del capital al final de cada uno de los años.

1.4.2.3.14. Balance general.

Tiene como objetivo general determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Un balance general en realidad es en la práctica un aspecto contable muy dinámico y por consiguiente, muy difícil de realizar adecuadamente, sobre todo si se tienen en cuenta los índices inflacionarios que cada año poseen los países, lo cual ha creado a lo largo de los años acalorados debates sobre cuál es la mejor manera de presentar el balance a fin de cada año.

1.4.2.4. Análisis financiero.

Esta parte de la metodología de evaluación de proyectos calcula la rentabilidad de la inversión en términos de los dos índices más utilizados, que son el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR).

Todas aquellas cifras monetarias que se obtuvieron en el análisis o estudio económico del proyecto, ahora se deben transformar a un índice de rentabilidad económica. (Pág. #180).

1.4.2.4.1. Valor presente neto.

Uno de los indicadores más importantes en la evaluación económica es el valor presente neto, y resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Todo esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir estas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o en tiempo cero.

1.4.2.4.2. Tasa interna de retorno.

Esta es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

1.4.2.4.3. Razones financieras.

La planeación financiera es una de las claves para el éxito de una empresa, y un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles de un negocio. Es claro que hay que esforzarse por mantener los puntos fuertes y corregir los puntos débiles antes de que causen problemas.

El análisis de las razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

1.4.2.5. Términos técnicos de interés.

Mano de obra directa.- Es la mano de obra que tiene relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

Mano de obra indirecta.- Es aquella que converge al personal administrativo de la empresa, que es de apoyo para el personal de producción.

Activo intangible.- Es aquel que tiene naturaleza inmaterial, pero posee la capacidad suficiente para general beneficios económicos para la empresa.

Cash flow.- Es el exceso de la liquidez que genera la empresa, y que es utilizada por lo general para los dividendos que se deben pagar a los accionistas.

Cash free.- Es el valor de mercado del capital que está empleado de forma efectiva para generar el flujo de la caja libre.

VAN (Valor actual neto).- Es un índice financiero que determina la rentabilidad de la empresa, si este es mayor a la inversión inicial, el proyecto es rentable.

TIR (Tasa interna de retorno).- Es un índice financiero que determina el rendimiento futuro esperado de las inversiones en las que incurre una empresa. Se presenta como un porcentaje.

Punto de equilibrio.- Es un índice financiero que determina el nivel de ventas necesario para cubrir el total de los costos. Sirve para determinar la solvencia que tiene una empresa y el nivel de rendimiento financiero.

Análisis de sensibilidad.- Es una herramienta financiera que se utiliza para medir los cambios que podrían existir en los índices financieros, en el caso de presentarse escenarios que pueden perjudicar a la empresa, tales como: el aumento del IVA, la inflación, la disminución de las ventas, etc.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

Se utilizaron técnicas de investigación, tales como: entrevistas, encuestas, y observación directa; todas estas para recolectar información primaria que permitieron determinar el mercado objetivo adecuado para la comida vegetariana.

Las entrevistas se realizaron a Autoridades del Cantón y Proveedores de insumos y materias primas en el área de servicios de restaurante, que dieron su apreciación sobre este estilo de vida que alcanza cada vez más a las personas y otros temas afines al objeto de estudio.

El diseño de la investigación tiene como base los factores más importantes en relación a la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana en la provincia de Santa Elena, para determinar el mercado objetivo al cual está dirigido y las cualidades del mismo, es decir, se usó el diseño de investigación cuantitativo-cualitativo y todo esto se analizó gracias a los datos que se obtuvieron en la investigación.

2.2. Modalidad de la Investigación.

La modalidad que se utilizó a lo largo del desarrollo del proyecto es la de proyecto factibles, puesto que se determinó la factibilidad de la investigación, es decir, si en realidad se contaba con los recursos necesarios, el lugar era el adecuado, entre otros factores que determinan un beneficio no solo para quien está frente al proyecto, sino también para la comunidad que recibe el servicio.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Fue menester que en el desarrollo de la investigación se utilizara una correcta aplicación de los métodos que permitieron recolectar información relevante, a continuación se nombran los tipos de investigación empleados:

- **Investigación Bibliográfica:** se utilizó porque tomó como base la información primaria al momento de recolectar información, además fue fundamental, porque proporcionó el conocimiento de teorías ya existentes acerca del objeto de estudio, de esa manera se establecieron mejores criterios, análisis y conclusiones.

- **Investigación de Campo:** permitió actuar directamente en el área de los hechos, es decir, en el sector específico donde el objeto de investigación se desarrolló. En este tipo de investigación se utilizaron las encuestas, que determinaron de manera natural y precisa todos aquellos factores importantes para el desarrollo del proyecto, en especial la aceptación de los consumidores del cantón Salinas.

- **Investigación Descriptiva:** se utilizó este tipo de investigación, pues permitió que al observar los elementos del objeto de estudio, se puedan emitir criterios fundamentales para tener una mejor perspectiva del mismo.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Es fundamental en toda investigación usar diversos métodos que corroboren a la demostración de la verdad, en cuanto al objeto de estudio. De esta manera, se establece un proceso lógico que permite obtener en la observación, descripción y explicación clara, la realidad.

Entre los métodos de investigación que se emplearon, se hace referencia a los siguientes:

2.4.1. Método de observación.

Permitió verificar los hechos de una forma espontánea y abierta, y de esa manera se trasladó a un escrito que detalla las situaciones que se han analizado. Se observaron las diferentes promociones, publicidades y demás estrategias de Marketing de las empresas que forman parte de la industria restaurantera, y se determinaron pautas importantes en las cuales se establecieron las razones de sus éxitos o fracasos.

2.4.2. Método inductivo.

Este fundamental método se empleó porque permitió la argumentación o el análisis coherente de las situaciones vistas en el anterior paso que se tomó en la investigación, como lo es la observación.

La inducción facilitó el hacer diversas conjeturas de acuerdo al objeto de estudio, ya que en el mismo convergen los detalles del porqué de las situaciones que se presentaron, que fue observada empíricamente con anterioridad.

2.4.3. Método deductivo.

Se utilizó este primordial método, porque complementó a la inducción, ya que permitió la identificación y explicación particular de las situaciones observadas, para establecerlas en un marco de verdad explícita.

Este método facilitó la profundización del objeto de estudio, es decir, comparando las diversas manifestaciones del mismo con las teorías ya existentes. Así se definió un orden lógico en la obtención de la información y las fuentes más adecuadas para aquello.

2.4.4. Método de análisis.

Este método permitió identificar la realidad de una manera más amplia, para establecer la relación causa-efecto entre los varios elementos que comprenden el objeto de investigación seleccionado.

2.5. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

Fue elemental su utilización, puesto que facilitó el procesamiento de toda la información obtenida en el sector donde se desarrolló la investigación, en este caso se utilizó la de campo, ya que fue menester sondear el medio en el cual se deseó incursionar para obtener la mejor información posible.

2.5.1. Encuestas.

Fue una de las herramientas más importantes en la investigación, porque se recolectó información por medio de formularios, para conocer las motivaciones, opiniones y actitudes de los consumidores en relación al tema de investigación que se seleccionó. Al ingresar como una empresa que ofrece un servicio innovador al mercado, se necesitó conocer la opinión generalizada de las personas sobre lo que conocen de la comida vegetariana, como punto principal de la encuesta.

2.5.2. Entrevistas.

Esta herramienta se la aplicó al momento de conocer la opinión de los especialistas del tema, es decir, de personas que conocen con antelación datos importantes que ayudaron en gran manera al avance de la investigación. En este caso se realizaron entrevistas a una Autoridad del cantón Salinas y a los Proveedores del sector de restauración más importantes de la Provincia, ya que estos poseen información específica del tema de investigación.

2.6. INSTRUMENTOS.

Los instrumentos que se aplicaron, de acuerdo a las técnicas de investigación señaladas fueron:

2.6.1. Cuestionarios.

Se aplicó un cuestionario de 15 preguntas, que se elaboraron en base a factores relacionados al objeto de estudio. Se tomaron en cuenta los siguientes indicadores:

- El desarrollo económico del cantón Salinas.
- La alimentación.
- La nutrición.
- La comida vegetariana.
- La creación de un restaurante de comida vegetariana.

Se establecieron preguntas cerradas, las que poseían algunas opciones, de las cuales, el encuestado tuvo que escoger una de ellas. Dicha encuesta fue dirigida a clientes y proveedores del cantón Salinas, una parte de ellos turistas.

2.6.2. Formulario de entrevistas

Se elaboró un formato que establece preguntas directas y abiertas, con la oportunidad de expresar un punto de vista amplio y enfocado al objeto de estudio, como es la comida vegetariana. Aquellas entrevistas fueron aplicadas al mencionado grupo de personas.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1. Población.

La población corresponde al conjunto de elementos respecto del cual se recaba información relevante. Estos elementos representan a las unidades elementales de un universo, que por consiguiente, son sometidos a medición.

La población escogida para realizar la investigación es aquella comprendida en personas desde los 25 hasta los 65 años que residen en el cantón Salinas. Se utilizó el Software SPSS 15.0 para Windows, tomando en cuenta la base de datos facilitada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos - INEC. En base a la información obtenida en el año 2010 se establece que aquella población asciende a 29.195 personas, sin embargo, fue preciso tomar en cuenta la tasa de crecimiento poblacional anual, que está determinada en 1,52%, para aproximarse a la población hasta el año 2013. Se presenta entonces la fórmula siguiente:

$$p = N (1 + Tc)^3$$

Donde:

N= población

Tc= tasa de crecimiento

Reemplazando valores se obtiene:

$$p = 29.195 (1+0,0152)^3 = 30.546,63$$

Se puede concluir entonces que la población proyectada de habitantes de entre 25 y 65 años para el año 2013 en el Cantón Salinas es de 30.547.

Es importante destacar que este número de personas seleccionadas se consideraron como clientes potenciales de los servicios que se desean ofrecer, puesto que cumplen con el perfil del consumidor y están aptos en todo sentido para adquirirlo.

Existe otro grupo de personas o entes que de una u otra forma serían influidos ante la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana, ya sea directa o indirectamente, y a continuación se les detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 8: Población

POBLACIÓN	N
Dueños de Restaurantes	2
Clientes	30.547
Proveedores	6
Autoridad del Cantón	1
Total.....	30.556

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos 2010
Elaborado por: Alex Morán Navia

2.7.2. Muestra.

El muestreo es la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características de un conjunto de personas, es decir, es la parte de la población que se determinó para la realización de la encuesta. Se emplearon los siguientes métodos de muestreo, para establecer a aquel grupo selecto de la población determinada con anterioridad:

2.7.2.2. Muestreo probabilístico.

Los elementos se seleccionaron mediante la aplicación de procedimientos al azar. Cada elemento de la población establecida tuvo una probabilidad conocida de ser seleccionada.

En este caso se utilizó el muestreo aleatorio simple, ya que existe un conocimiento del tamaño de la población; asimismo se consideró un margen de error y el respectivo nivel de confianza.

Para calcular el tamaño de la muestra se empleó la siguiente fórmula de muestreo probabilístico en poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{i^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N= población total

Z= distribución normalizada

p= proporción de aceptación deseada para el producto

q= proporción de rechazo

i= porcentaje deseado de error

Se tomaron en cuenta los siguientes valores para reemplazar en la fórmula:

N=30.547

Z= 1,96

p=0,80

q= 0,20

i= 0,05

Reemplazando:

$$n = \frac{30.547 \cdot 1,96^2 \cdot 0,80 \cdot 0,20}{0,05^2 \cdot (30.547 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,80 \cdot 0,20} = 243,91$$

Al resolver la respectiva operación se obtuvo el valor de 243,91, es decir, para el estudio se realizaron un total de 244 encuestas, para determinar la aceptación de los consumidores del cantón Salinas, en relación a la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana.

Una vez que se ha tomado la muestra de aquella población de personas, se suman aquellas que también son relevantes para el estudio. La muestra quedaría establecida de la siguiente manera:

Cuadro No. 9: Muestra

MUESTRA	N
Dueños de Restaurantes	2
Clientes	244
Proveedores	6
Autoridad del Cantón	1
Total.....	253

Fuente: Técnicas de muestreo
Elaboración: Alex Morán Navia

2.8. PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

La presente investigación se ha efectuado en base al procedimiento que se enlista a continuación:

1. Planteamiento del problema.
2. Revisión bibliográfica de las diversas teorías.
3. Definición de la población y la muestra.
4. Elaboración del instrumento.
5. Ensayo piloto del instrumento.
6. Estudio de campo.
7. Procesamiento y análisis de los datos.
8. Elaboración de las conclusiones.
9. Establecimiento de las recomendaciones pertinentes.
10. Elaboración de la propuesta correspondiente.

Para ejecutar este tipo de investigación, se emplearon técnicas, habilidades y un compendio de estrategias claras y eficientes, para que de esa manera se pueda comunicar de forma transparente y comprensiva el resultado final que percibe el estudio.

2.9. Procesamiento y análisis de resultados.

La información obtenida producto de las técnicas e instrumentos que se tomaron en cuenta serán procesadas con el software SPSS 15.0 para Windows, este fue utilizado antes para el cálculo de la muestra.

Con este software se pudo establecer el número exacto de pobladores, en función del objeto de estudio, sin embargo, también presenta representaciones gráficas y permite analizar las variables desde una óptica más técnica y eficiente.

Una vez que se ha procesado la información se procede al respectivo análisis, que permite obtener un criterio claro en busca de las mejores decisiones para el avance del estudio.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTA A CLIENTES Y DUEÑOS DE RESTAURANTES.

El análisis de los resultados es fundamental, ya que permite tener una percepción clara y definida de lo que la tabulación y ponderación de los resultados precisa expresar.

Al emplear las encuestas a clientes y dueños de restaurantes, se obtuvieron datos relevantes en relación al objeto de estudio.

Después de establecer la metodología adecuada para el trabajo de investigación, que se detalló en el capítulo anterior, se procedió a recabar la información necesaria, a través de la aplicación de los instrumentos nombrados, para el conocimiento cabal de los resultados, utilizándolos gráficos, las tablas y los comentarios pertinentes.

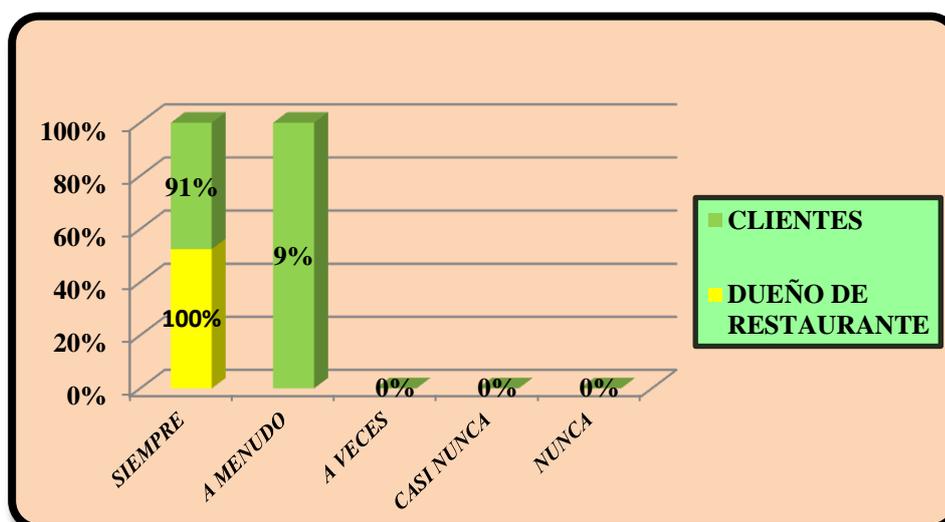
¿Cree que Salinas es considerado un atractivo turístico?

Cuadro No. 10: Atractivo turístico de Salinas

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		F	%	f	%
1	SIEMPRE	2	100%	221	91%
	A MENUDO	0	0%	23	9%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 1: Salinas turístico



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

A través de esta pregunta se pudo conocer la apreciación que existe de este cantón, en relación a su aportación turística en la provincia de Santa Elena.

En los resultados obtenidos, los dueños de restaurantes, en un 100% consideran que Salinas es un atractivo turístico; desde el punto de vista de los clientes, un 91% piensa que siempre lo ha sido y el restante, es decir, el 9%, piensa que a menudo es considerado como un atractivo turístico. Como conclusión se tiene que, si bien es cierto, Salinas es considerado un atractivo turístico inminente, unos pocos creen que ha perdido el impacto que tuvo en sus años dorados.

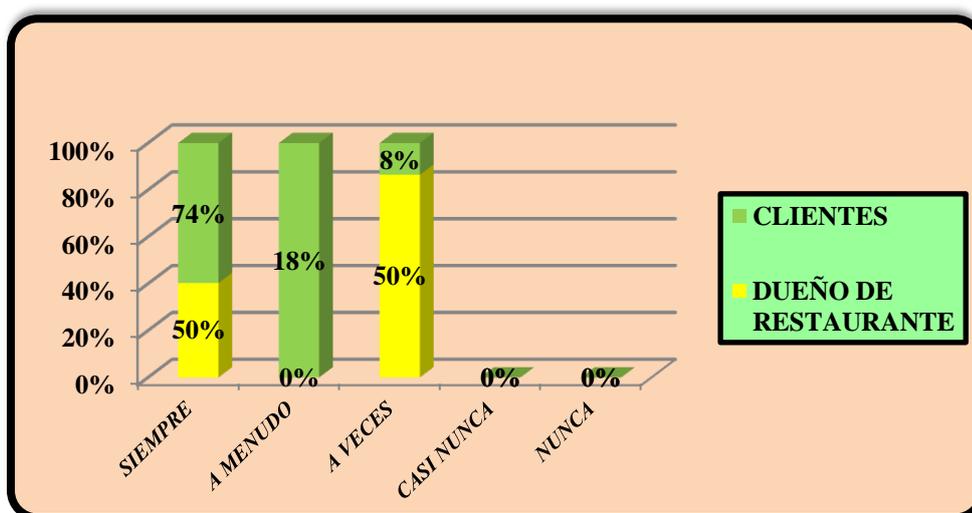
¿El turismo en Salinas ha mejorado a través del tiempo?

Cuadro No. 11: Turismo de Salinas a través del tiempo

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
2	SIEMPRE	1	50%	181	74%
	A MENUDO	0	0%	44	18%
	A VECES	1	50%	19	8%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 2: Mejoramiento turístico de Salinas



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Complementa la pregunta anterior, para que el encuestado especifique su opinión acerca del avance que ha tenido el turismo, o su retroceso.

Los dueños de restaurantes se dividen en opiniones, pues un 50% piensa que el turismo siempre ha mejorado, no obstante, el otro 50% cree que a veces mejora; los clientes opinan en un 74% que ha ido mejorado constantemente el turismo, un 18% cree que a menudo y un 8% manifiesta que a veces mejora. Se puede concluir que en su gran mayoría, los encuestados piensan que a lo largo de los años, el cantón Salinas ha avanzado en una buena medida en relación al turismo.

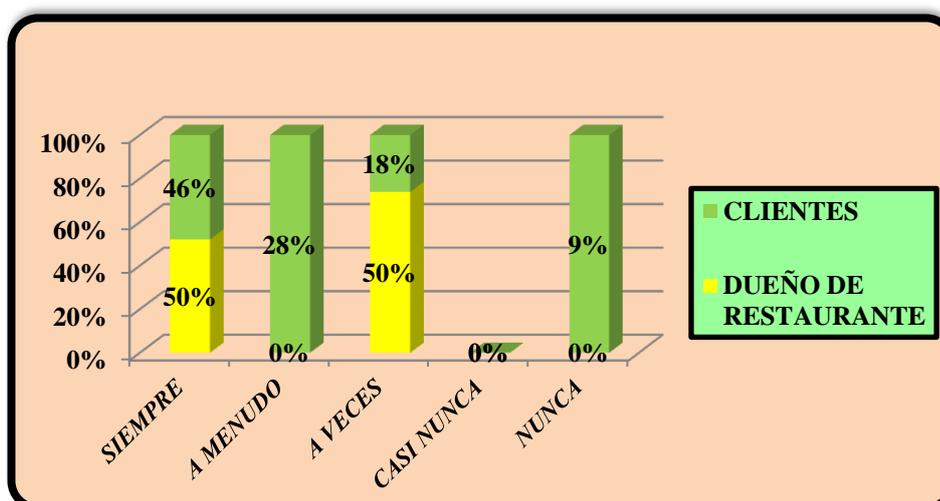
¿El cantón Salinas ha tenido un progreso económico considerable?

Cuadro No. 12: Desarrollo económico de Salinas

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
3	SIEMPRE	1	50%	113	46%
	A MENUDO	0	0%	67	28%
	A VECES	1	50%	43	18%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	21	9%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 3: Salinas y su desarrollo económico



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta permite conocer la apreciación que tienen las personas sobre el desarrollo económico del cantón Salinas.

Los dueños de restaurantes, el 50% cree que siempre Salinas ha tenido un progreso económico, mientras el otro 50% dice que a veces en ese sector turístico y los clientes, en un 46% creen que si aporta económicamente al sector, 28% expone que a menudo, 18% cree que a veces y un 9% que nunca ha aportado.

Se puede concluir que una mayoría importante de encuestados piensa que Salinas es un generador de dinero fundamental para la economía.

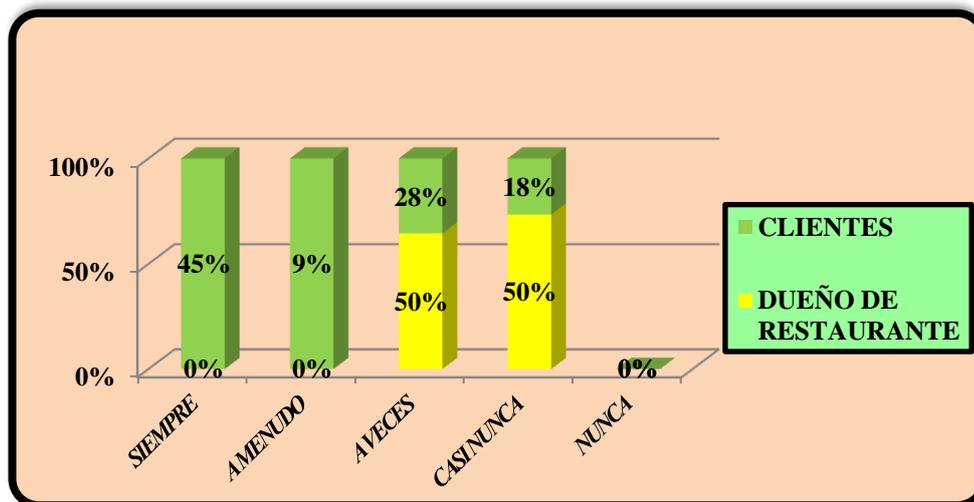
¿La variedad del menú de platillos de Salinas cumple las expectativas de los turistas?

Cuadro No. 13: Expectativas de los turistas frente a platillos salinenses

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
4	SIEMPRE	0	0%	111	45%
	A MENUDO	0	0%	22	9%
	A VECES	1	50%	67	28%
	CASI NUNCA	1	50%	44	18%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 4: Grado de satisfacción de turistas en base a platillos salinenses



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta permite conocer si los platillos que expenden los diversos establecimientos de Salinas en cumplen con las exigencias de los turistas.

Los dueños de restaurantes en un 50% creen que a veces se cumple y el restante 50% que casi nunca, lo cual supone un problema latente; un 45% de los clientes dice que siempre se ha cumplido, un 9% cree que a menudo, un 28% que a veces y un 18% que casi nunca. Como conclusión, una gran parte de los encuestados piensa que no se cumple con los deseos de los turistas, aún falta un poco más de variedad.

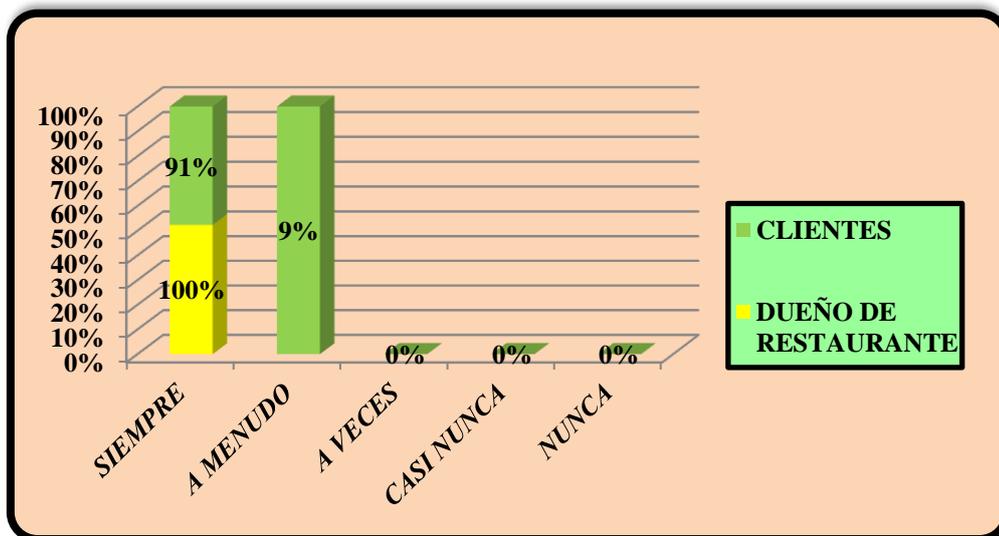
¿Cree usted que es importante alimentarse?

Cuadro No. 14: Importancia de la alimentación

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
5	SIEMPRE	2	100%	222	91%
	A MENUDO	0	0%	22	9%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 5: Alimentación para el ser humano



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta permite conocer si la alimentación es para los encuestados algo fundamental para su vida.

Un 100% de los dueños de restaurantes dice que la alimentación es indispensable para las personas; los clientes, en un 91% cree que alimentarse es importante, mientras un 9%, comenta que a menudo es bueno.

Como conclusión se puede manifestar que la gran mayoría de encuestados piensa que para vivir de una manera tranquila es menester alimentarse siempre.

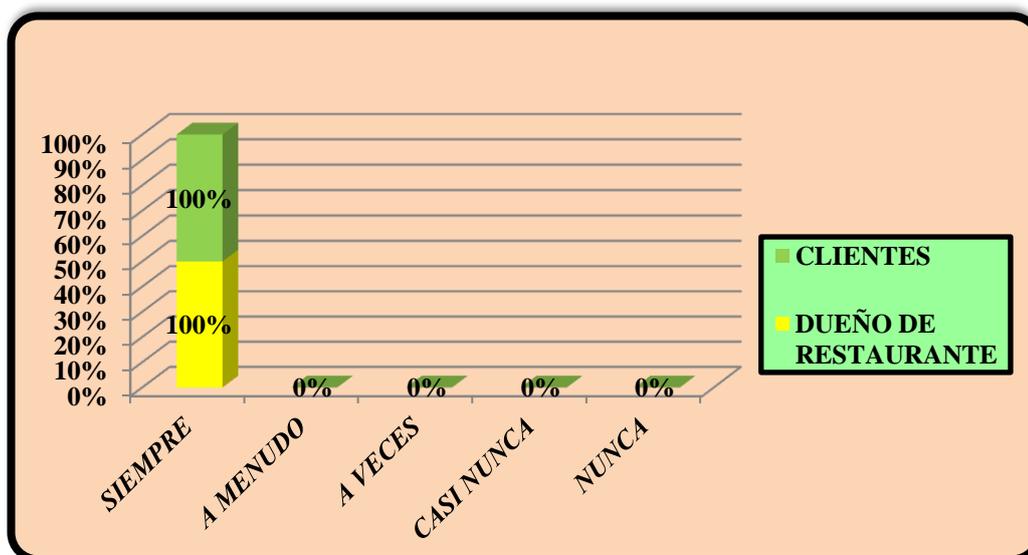
¿La nutrición es fundamental para el adecuado funcionamiento del organismo?

Cuadro No. 15: La nutrición para el organismo

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
6	SIEMPRE	2	100%	244	100%
	A MENUDO	0	0%	0	0%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 6: La importancia de la nutrición



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta permite conocer la apreciación de los encuestados en relación al aspecto de consumo de nutrientes para el organismo.

Un 100% de los dueños de restaurantes opinan que nutrir el cuerpo es indispensable; asimismo, los clientes al 100% aseguran lo mismo.

La conclusión es clara, el 100% de los encuestados manifiesta que para vivir no solo hay que alimentarse, hay que nutrirse.

¿Lo que comemos influye en nuestra salud?

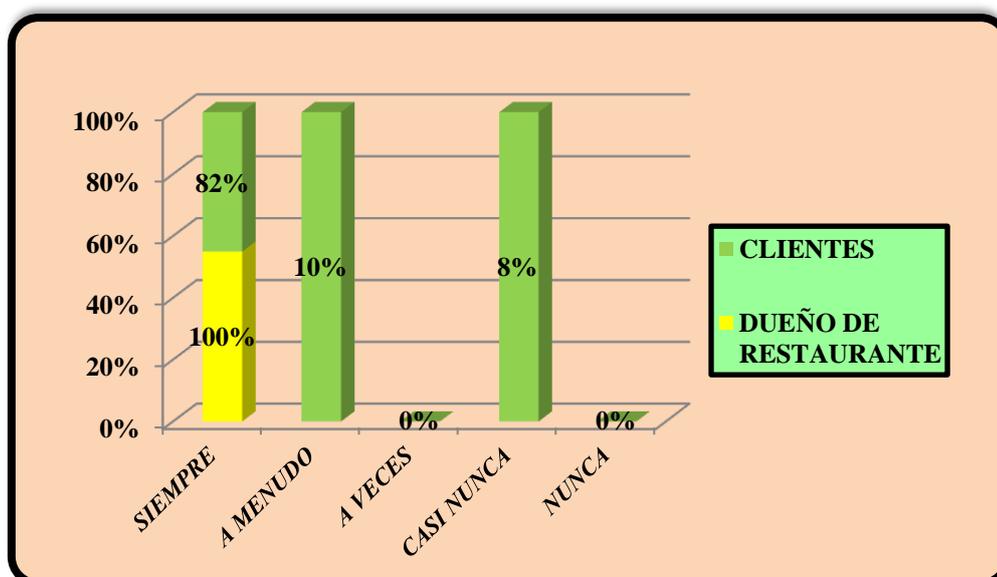
Cuadro No. 16: Influencia de alimentación en la salud

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
7	SIEMPRE	2	100%	199	82%
	A MENUDO	0	0%	25	10%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	20	8%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta

Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 7: La comida para la salud



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta

Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta permite conocer si en realidad se considera que las enfermedades pueden venir de alimentos consumidos diariamente.

El 100% de los dueños de restaurante piensan que lo que comemos influye siempre en nuestra salud; de los clientes un 82%, mientras que un 10% cree que a menudo y un 8% que casi nunca las enfermedades se relacionan con la comida. Se puede concluir que aquello que las personas consumen en realidad si influye en su salud, de manera positiva o negativa, todo depende de ellos.

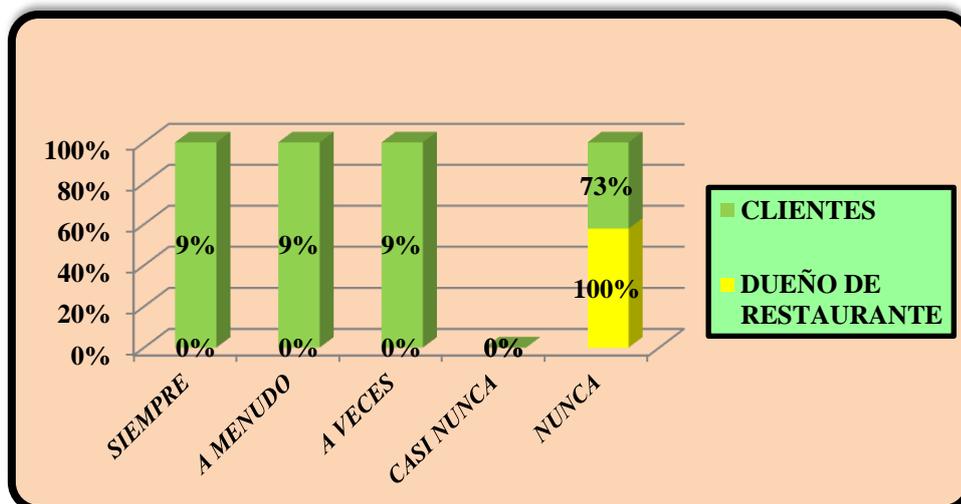
¿La alimentación que no es adecuada va de la mano con los vegetales?

Cuadro No. 17: Los vegetales y la alimentación no adecuada

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
8	SIEMPRE	0	0%	21	9%
	A MENUDO	0	0%	23	9%
	A VECES	0	0%	23	9%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	2	100%	177	73%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 8: La relación de la alimentación no adecuada y los vegetales



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Permite esta pregunta conocer cómo las personas pueden llegar a relacionar la comida chatarra con los vegetales.

El 100% de los dueños de restaurantes piensan que nunca ambas cosas podrían ir de la mano; los clientes creen, con un 73% que los dos elementos son completamente opuestos, no obstante, tres grupos ínfimos con 9% cada uno cree que a veces, a menudo los dos pueden ir acompañados.

Se puede concluir que la comida chatarra por lo visto no va de la mano con los alimentos saludables, como lo son los vegetales, es lo mejor.

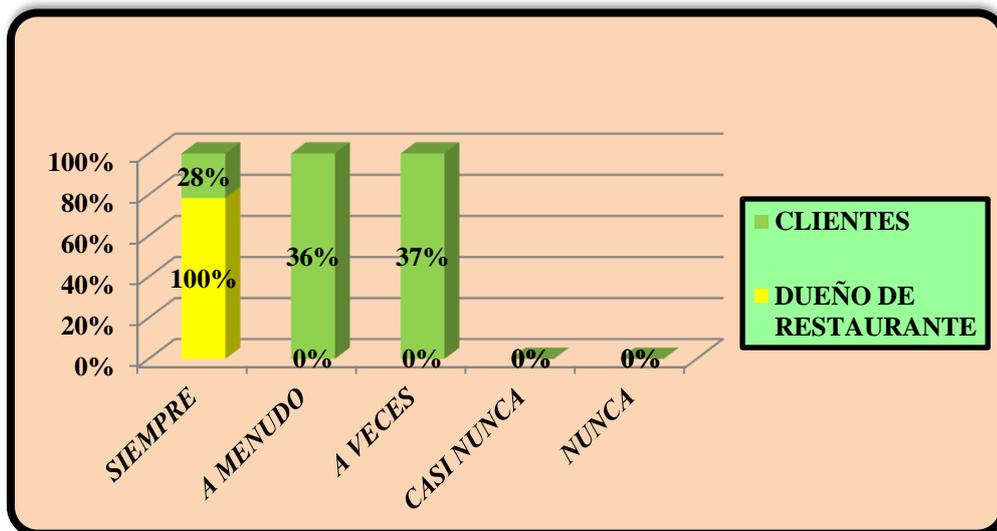
¿Los locales de comida rápida han aumentado en número en el cantón Salinas?

Cuadro No. 18: Aumento de locales de comida rápida

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		F	%	f	%
9	SIEMPRE	2	100%	68	28%
	A MENUDO	0	0%	87	36%
	A VECES	0	0%	89	37%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 9: Locales de comida rápida y su crecimiento en Salinas



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Permite conocer la apreciación de los encuestados en relación al aumento de los establecimientos de comida rápida.

El 100% de los dueños de restaurantes piensa que estos establecimientos han aumentado; los clientes, en un 37% piensan que a veces en temporada alta ofrecen sus servicios, un 36% que a menudo y un 27% que siempre han venido creciendo. Como conclusión se puede obtener que estos establecimientos, según la apreciación general, han aumentado considerablemente.

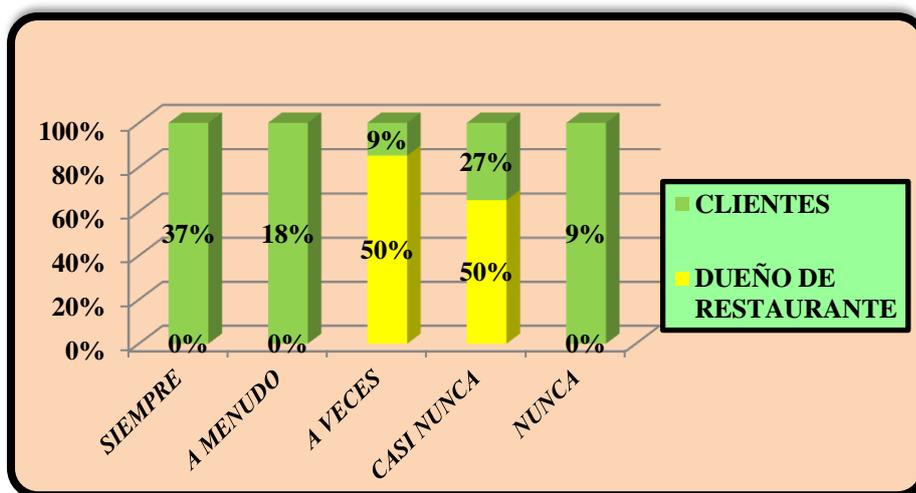
¿Cree usted que la comida sana se aplica en la mayoría de hogares salinenses?

Cuadro No. 19: Comida sana en los hogares salinenses

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
10	SIEMPRE	0	0%	92	37%
	A MENUDO	0	0%	43	18%
	A VECES	1	50%	21	9%
	CASI NUNCA	1	50%	65	27%
	NUNCA	0	0%	23	9%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 10: Alimentación sana en Salinas



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta desea conocer la percepción de las personas en cuanto a la alimentación que se lleva en los hogares salinenses.

Un 50% de los dueños de restaurantes cree que a veces los hogares salinenses se alimentan adecuadamente, el otro 50% que casi nunca; los clientes en un 37% piensan que siempre se alimentan sanamente, un 27% que casi nunca, un 18% a menudo, un 9% a veces y otro 9% dice que nunca. Se puede concluir que la mayoría piensa que la alimentación en los hogares salinenses es irregular y es preciso un mejoramiento del régimen alimenticio.

¿Ha escuchado acerca de la comida vegetariana?

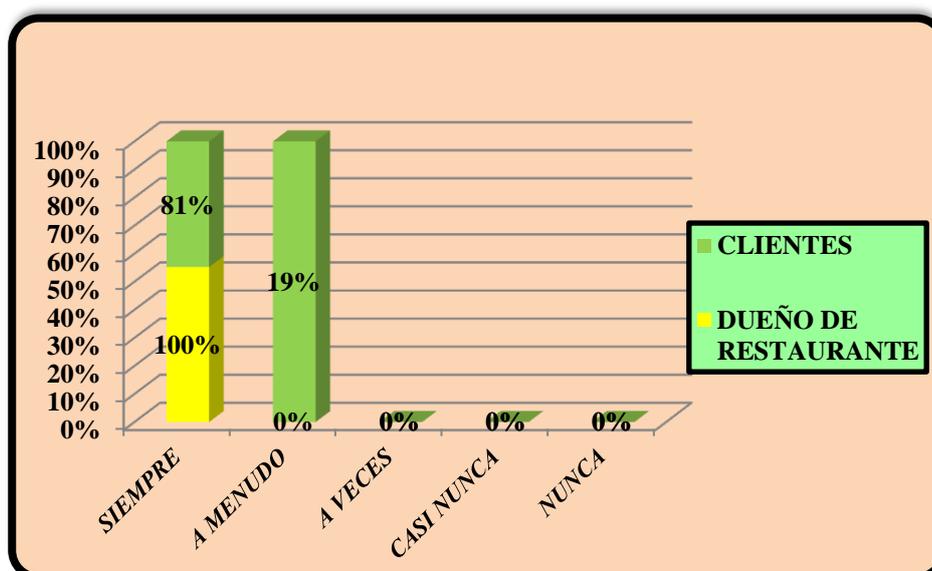
Cuadro No. 20: Percepción del término comida vegetariana

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
11	SIEMPRE	2	100%	198	81%
	A MENUDO	0	0%	46	19%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta

Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 11: La comida vegetariana en el lenguaje turístico salinense



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta

Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta desea inquirir en las personas, determinando su conocimiento del régimen saludable de la comida vegetariana.

Un 100% de los dueños de restaurante ha escuchado sobre este tipo de alimentación; un 81% de los clientes ha escuchado este término siempre y un 19% a menudo; y por último.

Se concluye entonces que el término de comida vegetariana es familiar para la gran mayoría de los habitantes salinenses.

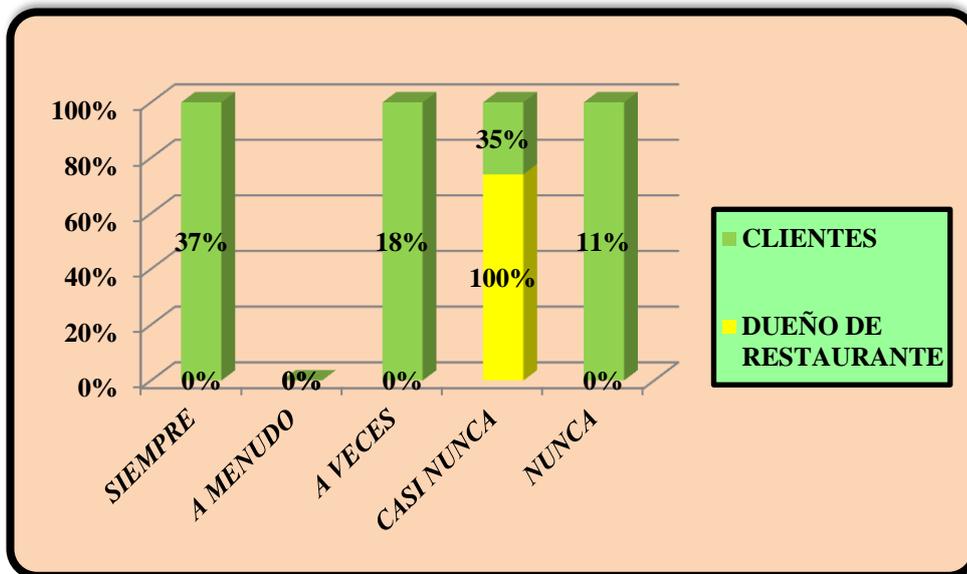
¿Ha escuchado sobre los tipos de dietas vegetarianas?

Cuadro No. 21: Percepción acerca de los tipos de dietas vegetarianas

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
12	SIEMPRE	0	0%	90	37%
	A MENUDO	0	0%	0	0%
	A VECES	0	0%	43	18%
	CASI NUNCA	2	100%	85	35%
	NUNCA	0	0%	26	11%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 12: Dietas vegetarianas y el conocimiento de éstas en el Cantón



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta permite conocer si las personas han escuchado sobre los tipos de dieta vegetariana.

El 100% de los dueños de restaurante casi nunca han escuchado sobre estos tipos de dieta; de los clientes un 37% siempre ha escuchado, un 35% casi nunca, un 18% a veces y un 11% nunca.

Se concluye entonces que el conocimiento sobre dietas vegetarianas es muy pobre en los habitantes de Salinas.

¿Sabe usted que la comida vegetariana se puede utilizar en todo tipo de platillo?

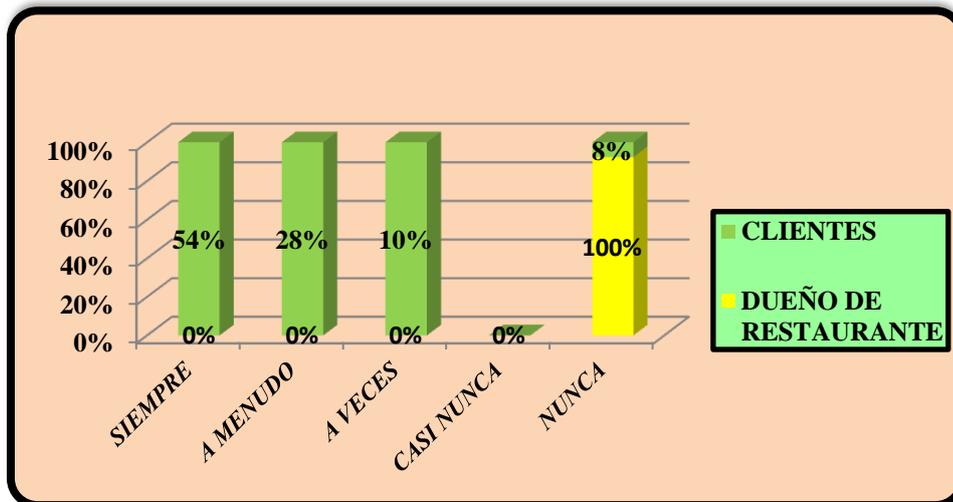
Cuadro No. 22: La comida vegetariana en todo tipo de platillo

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
13	SIEMPRE	0	0%	133	54%
	A MENUDO	0	0%	67	28%
	A VECES	0	0%	24	10%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	2	100%	20	8%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta

Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 13: Percepción de la comida vegetariana en todo tipo de platillo



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta

Elaborado por: Alex Morán Navia

Con esta pregunta se busca inquirir en el encuestado para conocer su percepción sobre la aplicación de estas dietas a todo platillo.

Un 100% de los dueños de restaurante no sabía que la comida vegetariana se puede utilizar en todo tipo de platillo; los de los clientes un 54% que si se puede aplicar para todo platillo, un 28% que a menudo, un 10% a veces y un 8% cree que no se puede. Como conclusión se tiene que la mayoría de personas no sabía que se puede hacer todo tipo de platillo con la comida vegetariana.

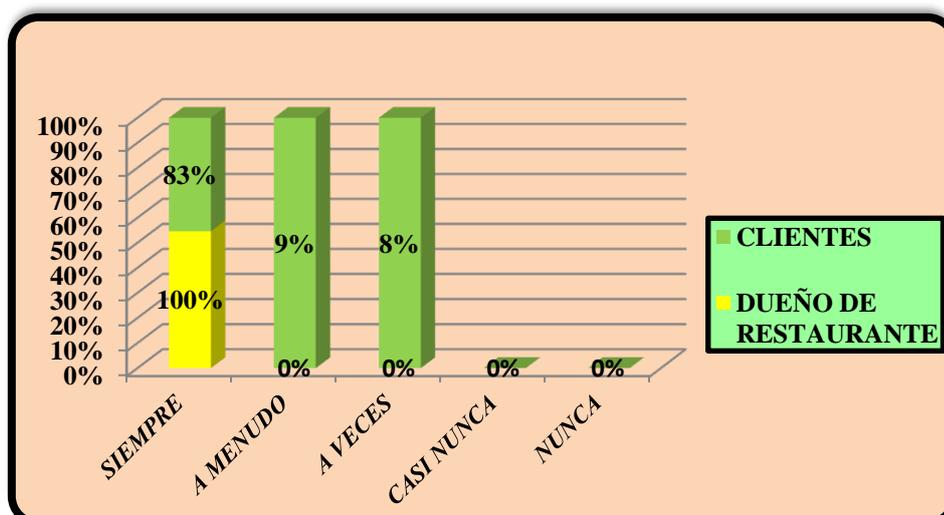
¿Ha escuchado de personas que se hayan beneficiado de la comida vegetariana?

Cuadro No. 23: Beneficio de la comida vegetariana en las personas

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		f	%	f	%
14	SIEMPRE	2	100%	203	83%
	A MENUDO	0	0%	21	9%
	A VECES	0	0%	20	8%
	CASI NUNCA	0	0%	0	0%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 14: Consumir comida vegetariana beneficia a las personas



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta busca conocer si los encuestados han sabido de casos de beneficiados por la comida vegetariana.

Un 100% de los dueños de restaurante sabe de personas beneficiadas de la comida vegetariana; los clientes en un 83% siempre han escuchado de estos casos, un 9% a menudo y un 8% a veces.

Se concluye que en la mayoría de casos se ha escuchado de personas beneficiadas de la comida vegetariana.

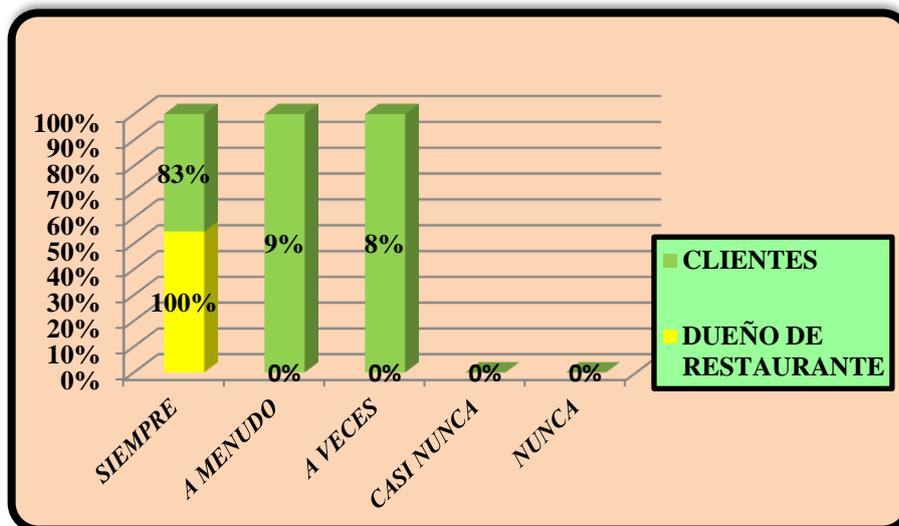
**Si se creara un restaurante en Salinas que ofrezca comida vegetariana,
¿usted lo visitaría?**

Cuadro No. 24: Asistencia a un restaurante de comida vegetariana

ITEM	VALORACIÓN	DUEÑO DE RESTAURANTE		CLIENTES	
		F	%	f	%
15	SIEMPRE	1	50%	200	82%
	A MENUDO	1	50%	23	9%
	A VECES	0	0%	0	0%
	CASI NUNCA	0	0%	21	9%
	NUNCA	0	0%	0	0%
	TOTAL		2	100%	244

Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 15: Grado de afluencia al restaurante de comida vegetariana



Fuente: Información obtenida del instrumento de la encuesta
Elaborado por: Alex Morán Navia

Esta pregunta busca conocer la respuesta final sobre la aceptación de ir a un restaurante de comida vegetariana a degustar esas delicias.

Un 100% de los dueños de restaurante asistiría siempre; de los clientes un 82% asistiría siempre, un 9% a menudo y un 9% casi nunca.

Como conclusión se puede decir que ir a un restaurante de comida vegetariana en realidad puede resultar beneficioso.

3.2. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A AUTORIDADES DE SALINAS Y PROVEEDORES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

3.2.1. Entrevista a Autoridades.

La primera entrevista se efectuó, como está establecido en la muestra, a una autoridad del cantón Salinas, en este caso al Capitán del Puerto, CPNV. Enrique Buchelli. A continuación un compendio enumerado de lo que comentó acerca del tema de interés del estudio:

1. Tomando en cuenta que el Cantón Salinas es un balneario con alta acogida turística, ¿usted cree que el comercio ha aumentado con el transcurrir de los años?

El turismo en Salinas ha crecido mucho, sobre todo en el último año.

2. ¿Qué actividad económica le parece a usted que ha despuntado más estos últimos años en el sector?

La actividad económica que ha despuntado es la de turismo y la pesca. En turismo, todo lo relacionado a servicios de diversión en la playa y lo que respecta a la gastronomía.

3. ¿Cree usted que los restaurantes son una importante fuente de empleo para el Cantón?

Los restaurantes son una fuente de trabajo, por la cantidad de estos establecimientos en el cantón. Alrededor de este sistema se da fuentes de empleo directas e indirectas.

4. Cuando usted escucha restaurante en Salinas, ¿qué nombre se le viene a la mente?

Los restaurantes más conocidos para mi persona son SOGALE, POSITANO y LORETIN.

5. ¿Cree que los restaurantes cumplen con las exigencias del turista?

Los restaurantes no cumplen con las exigencias del turista, son deficientes en la atención y solo les interesa el negocio en forma momentánea, no trabajan para ganar prestigio.

6. ¿Cree que la nutrición es un elemento importante en los platillos que se expenden en los diversos restaurantes del cantón Salinas?

Es importante la nutrición en los alimentos pero en la actualidad no se considera en el Cantón, puesto que existen mezclas malas, las personas no suelen alimentarse de la mejor manera.

7. ¿Qué es lo que le impulsa a cenar o almorzar fuera de casa?

Lo que me impulsa a cenar o almorzar fuera de casa es el hecho de no cocinar y no lavar los platos.

8. ¿Qué sería más beneficioso para la sociedad salinense?, ¿un restaurante de comida rápida o uno de comida vegetariana?

Sería beneficioso el hecho de la existencia de un Restaurante de Comida Vegetariana en el Cantón.

9. ¿Qué impacto cree que causaría la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana en el cantón Salinas?

Sería novedoso un restaurante de este tipo, pues no existe en la actualidad y hay personas vegetarianas que no tienen un lugar así para degustar dichos platillos.

10. ¿Con qué frecuencia usted asistiría a este tipo de restaurantes?

No asistiría con mucha frecuencia a este tipo de restaurante.

11. ¿Qué recomendación le daría a quien establezca una empresa de restauración de este tipo?

Le recomendaría a quien ponga este negocio que se dé a conocer a través de menús novedosos.

3.2.2. Análisis de la entrevista a Autoridad del Cantón.

La entrevista, para sintetizar, arrojó un resultado positivo, pues dicha Autoridad importante para el Cantón considera que el sector del turismo está despuntando sobremanera, por lo tanto, hay muchas oportunidades de negocio.

Otro punto relevante que se pudo obtener en la entrevista es que en Salinas no hay una buena atención respecto al servicio y a los platillos. Por un lado, hay una mala mezcla de los alimentos, lo cual puede ser rico, pero a fin de cuentas, produce malos efectos progresivos en la salud.

También acotó que los restaurantes solo ofrecen sus platillos por el hecho de vender, mas no por ganar prestigio o crecer empresarialmente, y aquello es en realidad preocupante, puesto que así, el Cantón no tendrá un desarrollo adecuado en su economía.

Acotó también que es importante la nutrición, pues supone una buena salud para quien la adapta en su diario vivir. Comentó que tiene amistades que son vegetarianas, pero que no tienen un lugar adecuado para alimentarse, por consiguiente se ve la necesidad de crear este tipo de negocios restauranteros.

La recomendación final que emitió es que se preocupen por un buen servicio y alimentación variada y novedosa, para que de esa manera se pueda dar a conocer de una mejor manera e impacte mucho en la gastronomía del sector, que en realidad, tiene muchas oportunidades de desarrollarse.

3.2.2. Entrevista a Proveedores.

Entre los puntos más sobresalientes de la entrevista a los proveedores de alimentos de consumo masivo, tales como arroz, cítricos, granos, aceites, entre otros, enunciamos las siguientes:

1. A su parecer, ¿cuáles son los negocios que más compran sus productos?

Para un 100% de los entrevistados, los empresarios que más compran en sus establecimientos son los de restaurantes, picanterías y cevicherías.

2. ¿Cree que los restaurantes son una fuente de empleo importante para la provincia de Santa Elena?

El 100% de los entrevistados coincidió en el hecho de que los restaurantes son una importante fuente de empleo para el cantón Salinas.

3. Cuando usted escucha restaurante en Salinas, ¿qué nombre se le viene a la mente?

Entre los restaurantes más conocidos para los proveedores se nombró, en orden de frecuencia mayoritaria a: La Lojanita, Parrillada de Don Ciro, Mar y Tierra, Guacamole, Lolita y El Velero.

4. Cree que los restaurantes cumplen con las exigencias del turista?

Un 50% de los entrevistados consideró que la oferta de servicios alimenticios en Salinas cumple con la demanda del turista, mientras que el otro grupo de proveedores, dijo que falta mucho para llegar al servicio ideal.

5. ¿Cree que la nutrición es un elemento importante en los platillos que se expenden en los diversos restaurantes del cantón Salinas?

Para un 100% de los proveedores, la nutrición es importante para el ser humano.

6. ¿Qué es lo que más le impulsa a cenar o almorzar fuera de casa?

El 100% de los proveedores coincidió que la razón por la cual salen a comer fuera de casa a restaurantes es por estar en otro ambiente y degustar una comida diferente a la casual.

7. ¿Qué sería más beneficioso para la sociedad salinense?, ¿un restaurante de comida rápida o uno de comida vegetariana?

Para el 100% de los entrevistados, sería beneficioso un restaurante de comida vegetariana antes que uno de comida rápida. Un 33% declaró que adquirirían el servicio si se pusiera en estos tiempos.

8. ¿Qué impacto cree que causaría la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana en el cantón Salinas?

El 100% coincidió que sería un impacto positivo para Salinas el tener un servicio de comida saludable.

9. ¿Con cuánta frecuencia usted asistiría a este tipo de restaurantes?

Un 50% de los proveedores asistiría a un restaurante de comida vegetariana todos los días de la semana o de no poder acudir a este, solicitarían comida a domicilio. Un 17% de los entrevistados acudiría 3 veces a la semana y un 33% lo haría una vez por semana.

10. ¿Qué recomendación le daría a quien establezca una empresa de restauración de este tipo?

El 100% de los entrevistados recomiendan para quien esté al frente del proyecto de creación del restaurante que el mismo tenga una buena atención al público, así como una buena sazón, pues son 2 factores que atraen mucho a los clientes.

Sin duda, el grupo de proveedores es muy importante para el servicio de restaurante, pues son ellos los que venden más por encima de grandes cadenas multinacionales.

Los proveedores que fueron entrevistados, muchos de ellos tienen más de 20 años laborando como comerciantes han determinado que el negocio que más consume sus productos son los restaurantes.

Por lo que se pudo observar, son negocios que han crecido con el transcurrir de los años, por lo tanto eso quiere decir que la industria restaurantera ha crecido a la par, fortaleciendo y dinamizando la economía.

Una de las cosas interesantes que se pudo obtener de estas entrevistas a los proveedores es el hecho de que muchos de ellos, por las labores propias que ejecutan, no pueden asistir a un restaurante, pues aquello les descuida un poco de los negocios, por lo tanto determinaron factible que dicho restaurante vegetariano les ofrezca el servicio a domicilio.

Uno de ellos, como recomendación final de la entrevista, comentó que son más de 100 los socios que forman parte del Grupo de Mercado de Feria Libre de La Libertad, y que la mayoría de aquellos gustan de la comida vegetariana, porque son oriundos de la Sierra y acotó que al ser de esa región del país, prefieren más los alimentos preparados con verduras y granos, que aquellos elaborados a base de productos cárnicos.

CONCLUSIONES

1. Los resultados de encuestas y entrevistas determinaron una amplia aceptación en relación a la creación de un restaurante de comida vegetariana, ya que, como la mayoría comentó, no existe en el Cantón Salinas una empresa de este tipo que esté preocupada por la salud de sus habitantes.
2. Uno de los factores más importantes obtenidos en ambos instrumentos, es que, a percepción de ellos, el cantón Salinas ha tenido un crecimiento económico sustentable, lo cual es un buen indicador, ya que de seguro es algo que comentan muchos habitantes del país, lo cual hace de este balneario, un punto de encuentro para todo tipo de eventos; por lo tanto, los negocios que incursionan en el sector, con una buena base financiera, pueden prosperar.
3. Los encuestados y entrevistados coinciden en que es necesario, para procurar el buen estado de la salud, no solo alimentarse, sino nutrir el cuerpo con alimentos sanos, porque, como muchos de ellos dijeron, la salud está cada día más pobre, es decir, con el pasar del tiempo está perjudicando más y más a los habitantes del Cantón. Cabe recalcar que pocos de ellos nombraron los productos cárnicos, por lo tanto se concluye que lo ideal es la comida vegetariana.
4. Otro de los puntos que se rescata de los instrumentos empleados, es el hecho de que el turista viene al balneario a buscar diversión y una buena gastronomía para disfrutar de un momento ameno, sin embargo, muchos de los establecimientos no ofrecen aquello que ellos exigen.
5. La comida rápida, aunque ha tenido un auge acelerado en los últimos años, a parecer de los entrevistados y encuestados, no es la mejor opción al momento de elegir un alimento para consumir, pues aquello se relaciona al aumento de enfermedades variadas, que, según sus opiniones, aquello se podría evitar tomando otro camino más saludable.

RECOMENDACIONES

1. Crear un Restaurante de Comida Vegetariana con una amplia variedad de platillos, que busquen como único fin, mejorar la salud de los habitantes del cantón Salinas.
2. Aplicar estrategias comerciales ágiles, procurando ofrecer no solo buenos servicios, sino una excelente atención, ubicación del negocio, promoción y precios al alcance de la economía de los salinenses.
3. Procurar no solo ofrecer servicios sanos de alimentación, sino recomendar al cliente muchas formas de como complementar su nueva alimentación, con la inclusión de elementos básicos como el ejercicio y el abandono de hábitos sedentarios en el trabajo o en el hogar.
4. Se debe cumplir a cabalidad con las exigencias del turista, puesto que es preciso que la empresa satisfaga sus necesidades; solo así el turista regresará nuevamente a adquirir los servicios, y no solo eso, sino que de seguro recomendará a otros de este régimen alimenticio beneficioso para el organismo.
5. Ofrecer al turista información relevante en cuanto a la comida rápida y lo perjudicial que puede llegar a ser, ya que aquello le permitirá a este, elegir mejor la selección de productos que puede consumir. Esto puede hacer que la empresa y el cliente tengan una mejor relación, ya que es muy poco frecuente que se recomiende a los consumidores el hecho de escoger lo mejor y desechar aquello perjudicial.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN EL CANTÓN SALINAS, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1.1. Identificación de la empresa.

La compañía Naviarestaurant S.A., ingresará al mercado de servicio de alimentos en el cantón Salinas, ofreciendo platillos deliciosos y saludables, basados en una dieta vegetariana.

El nombre comercial de la empresa será Navia's Restaurant, y tendrá como característica distintiva en el mercado el ofrecimiento de platillos vegetarianos de alta calidad gastronómica, basados en aspectos innovadores y visionarios para los habitantes del cantón Salinas; lo relevante del servicio es que los chefs serán experimentados, para atender a la demanda más exigente.

El servicio del restaurante será constante, procurando atender a los consumidores de una manera eficiente y amable, mediante un personal de trabajo que estará comprometido con la misión y visión de la empresa. Además, se utilizarán materias primas e insumos que cumplan con los más altos estándares de calidad, ya que más importante es aquello que la cantidad de comida que pueda conformar un platillo.

Asimismo, las diferentes maquinarias y herramientas que conformen el área de cocina serán aquellas que posean un mayor grado de productividad y eficiencia en sus procesos, para que así, el servicio alcance todas las metas planteadas tanto para la empresa como para el cliente.

Naviarestaurant S.A., procurando ingresar al mercado de una forma diferenciadora respecto de sus competidores, poseerá las características a continuación mencionadas:

1. Personal preparado y en continua capacitación, en las diversas técnicas que sus labores le exijan. No habrá preferencias, ya que tanto los que laboren en áreas operativas como los que posean cargos administrativos recibirán las inducciones correspondientes, inherentes a sus actividades.
2. Platos de alta calidad proteínica, preparados en concordancia con las normas gastronómicas que merece un balneario tan importante para el país, como lo es el cantón Salinas.
3. Salones que supongan un ambiente reconfortante y con colores relajantes, para que de esa manera el cliente no solo disfrute de la buena comida, sino de un lugar que lo haga sentir en casa.
4. Oficinas amplias y confortables que permitan al personal de gerencia, administrativo y financiero, realizar sus actividades laborales con normalidad.
5. Servicios de facturación que supongan una rápida atención al cliente, procurando que este pueda despreocuparse hasta de aquellos pequeños detalles.

4.1.2. Promotores del proyecto.

La compañía tendrá como estructura legal la forma de Sociedad Anónima, en concordancia con lo establecido en el Artículo 143 de la Ley de Compañías y se constituirá a través de escritura pública, para posteriormente ser inscrita en el Registro Mercantil del cantón, de acuerdo al Artículo 146 de la misma Ley.

La Junta General de Accionistas de la compañía será la encargada de tomar todas las decisiones pertinentes que conlleven a las actividades financieras, legales y mercantiles de la misma, previa reunión de todo su capital social y tomando en cuenta la representatividad de los votos que cada uno emita.

Se establecen, para conformar dicha junta, 4 socios o accionistas.

Cuadro No. 25: Promotores de la Compañía

PROMOTORES DE LA COMPAÑÍA	
Denominación de la Compañía	Naviarestaurant S.A.
Nombre comercial	Navia´s Restaurant
Forma Legal	Sociedad anónima
Socios o accionistas	Alex Morán Navia 35 % Diana Navia Cedeño 25% Oswaldo Morán Perdomo 20% Karen Morán Navia 20%

Fuente: Estructura Legal de Naviarestaurant S.A.
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.1.3. Actividad económica.

La compañía Naviarestaurant S.A. incursiona en el área de “Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas”, en la División 55, grupo 552, clase 5520, de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas - CIIU, emitida por las Naciones Unidas.

Dicha clasificación es acogida por el Servicio de Rentas Internas - SRI, al momento de la presentación de las escrituras públicas de la empresa, aprobadas por la Superintendencia de Compañías.

4.1.4. Ubicación de la compañía.

Para aprovechar el potencial turístico de Salinas, la empresa estará ubicada en la segunda avenida, la misma que es privilegiada por tener cerca al mar, por consiguiente, es una zona muy concurrida y comercial, en la cual, se encuentra localizada también la competencia.

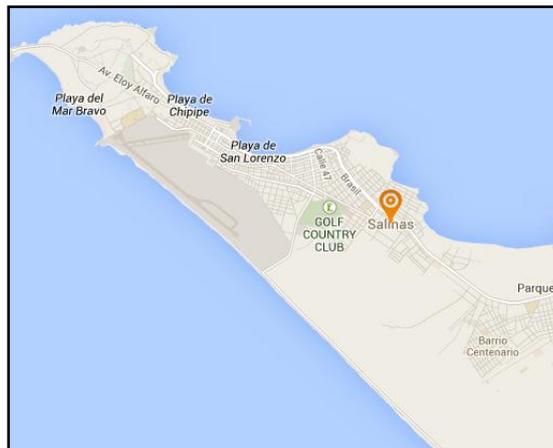
Cabe recalcar que al estar ubicada en una de las arterias principales del Cantón, se dará a conocer de una mejor manera.

4.1.4.1. Macro localización.

Para destacar la excelente ubicación del sector escogido para las labores de la empresa, se detallan los principales factores de la factibilidad del lugar:

- Acceso inmediato de los turistas y consumidores locales, al ser un centro de afluencia importante.
- Se encuentra contigua a la avenida malecón, por lo tanto es también un lugar de alta circulación de vehículos.
- Clima favorable y ambiente agradable del sector, lo cual es fundamental para la comodidad de los consumidores.
- Cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el desarrollo normal de las actividades dentro del restaurante, como lo son: agua, electricidad, telefonía fija, limpieza municipal continua, alcantarillado y seguridad.
- Posee una amplia área de estacionamiento.

Gráfico No. 16: Macro localización



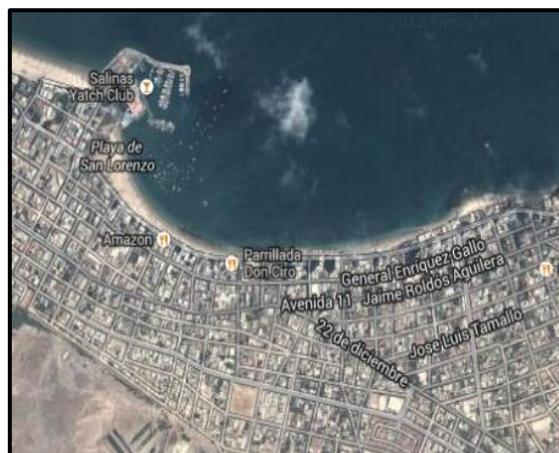
Fuente: Google Maps
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.1.4.2. Micro localización.

El propósito es seleccionar la zona exacta en la cual se establezcan las instalaciones del restaurante, por consiguiente y analizando el entorno comercial del sector, la opción ideal sería la Avenida General Enríquez Gallo, porque, así como la Avenida Malecón, que es la primera, posee gran afluencia de turistas. Además, en aquella avenida y contigua a la misma, existe la presencia de las principales líneas de buses intercantonales.

Micro localización

Gráfico No. 17: Micro localización

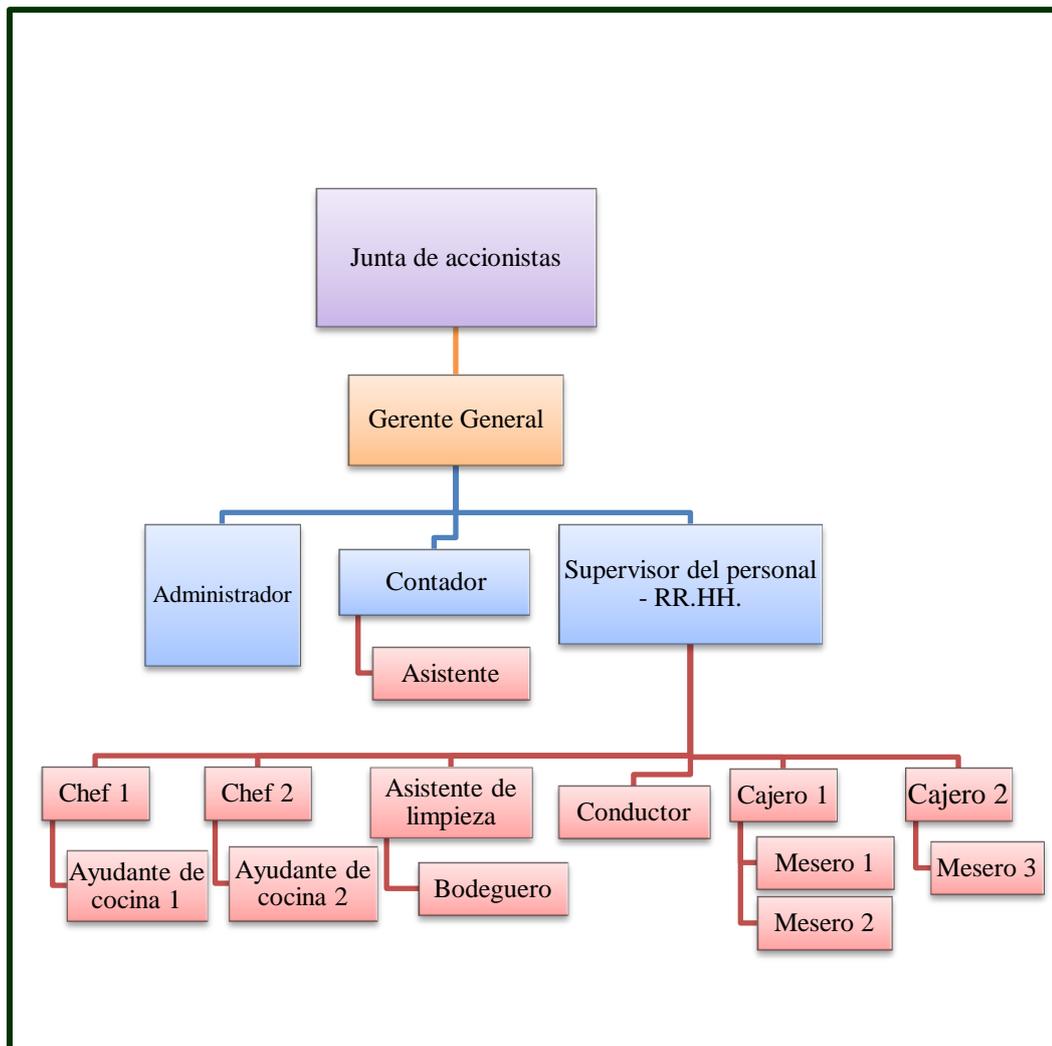


Fuente: Google Maps
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA Y JURÍDICA.

Naviarestaurant S.A., establecerá una forma organizativa lineal, es decir, habrá líneas de autoridad directas, y el gerente general será aquel que esté en lo más alto del organigrama, seguido de los mandos medios, que son los departamentos administrativos, financieros y por último, en los mandos bajos estarán las demás áreas de la empresa, con los respectivos sub-cargos.

Gráfico No. 18: Estructura Organizacional de Naviarestaurant S.A.



Fuente: Estructura Organizacional
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.2.1. Funciones y perfiles de los cargos.

Es primordial, para mantener una buena organización en la compañía, establecer políticas en relación a las exigencias o los requisitos que deben tener las personas que formarán parte de la misma, ya que, como se detalló anteriormente, es preciso brindar al cliente la mejor atención, para que se cumplan sus expectativas. Por lo tanto, en la compañía se establecerán aquellos requerimientos en los cargos que se presentan en el organigrama, tomando en cuenta: los encargos o responsabilidades que el puesto conlleve, el nivel de estudios, los conocimientos y habilidades necesarias, así como también datos menores como la edad requerida y la disponibilidad de tiempo que aquel trabajador posea.

4.2.1.1. Gerente General

Nivel académico y cursos:

- Que posea un título en tercer nivel, especializado en materia Financiera, Administrativa o de Marketing.
- Cursos en materia de administración de empresas de restauración o afines.
- Cursos de Microsoft Excel avanzado.

Edad: Entre 25 y 45 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Excelente organización del trabajo.
- Atención al cliente.
- Liderazgo y motivación.
- Trabajo en equipo.
- Amabilidad.
- Comunicación verbal.

Competencias técnicas:

- Determinar las necesidades de insumos y materiales.
- Aprobar contrataciones del personal.
- Llevar un control pormenorizado de las ventas y la producción.
- Coordinar el personal a su cargo.
- Planear presupuestos.
- Administrar bien los recursos.

4.2.1.3. Administrador**Nivel académico y cursos:**

- Que posea un título en tercer nivel, especializado en materia Financiera o de Administración de empresas.
- Cursos en materia de administración de empresa de restauración o afines.
- Cursos de Microsoft Excel y Access avanzado.

Edad: Entre 25 y 40 años.

Sexo: Indiferente

Competencias Transversales:

- Relaciones personales.
- Atención al cliente.
- Liderazgo y motivación.
- Responsabilidad.
- Orientación al servicio.
- Amabilidad.
- Planeación enfocada a resultados.
- Trabajo integral.

Competencias técnicas:

- Conocimientos en planificación y promoción turística.
- Diseñar proyectos enmarcados en lineamientos de optimización de procesos y costos.
- Coordinar el personal a su cargo.
- Administrar bien los recursos.

4.2.1.4. Contador**Nivel académico y cursos:**

- Que posea un título en tercer nivel, de preferencia CPA o uno de áreas Financieras y de Auditoría.
- Cursos en materia de tributación.
- Cursos de Microsoft Excel avanzado.
- Cursos en manejo de herramientas financieras.

Edad: Entre 24 y 45 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias transversales:

- Excelente organización de su trabajo.
- Agudeza auditiva.
- Liderazgo y motivación en su área.
- Responsabilidad.
- Trabajo bajo presión.
- Disponibilidad de tiempo.
- Trabajo en equipo.

Competencias técnicas:

- Llevar un control pormenorizado de las conciliaciones bancarias.

- Llevar un control minucioso de las ventas y los gastos en materia prima.
- Elaborar rol de pagos.
- Planear los presupuestos.
- Elaboración de estados financieros y evaluaciones económicas.

4.2.1.2. Asistente Contable

Nivel académico y cursos:

- Que posea un título en tercer nivel, especializado en materia Administrativa o Financiera, o esté cursando una Carrera afín.
- Cursos en materia de administración.
- Cursos de Microsoft Excel avanzado.

Edad: Entre 25 y 45 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Excelente organización del trabajo.
- Enfoque a resultados.
- Liderazgo y motivación.
- Responsabilidad.
- Planeación estratégica.
- Colaboración en equipo.
- Comunicación verbal.
- Iniciativa.

Competencias técnicas:

- Co-supervisar, organizar y dirigir las actividades del restaurante.
- Administración y manejo de presupuestos.

- Colaborar en la distribución de tareas específicas en base a las prioridades del negocio.
- Coordinar actividades con otras áreas de apoyo.

4.2.1.5. Supervisor del Personal – RR.HH.

Nivel académico y cursos:

- Que posea una Licenciatura en materia de Relaciones Humanas o Carreras afines.
- Cursos en materia de Relaciones Humanas.
- Cursos en manejo de personal.

Edad: Entre 25 y 40 años.

Sexo: Mujer.

Competencias Transversales:

- Trabajar organizadamente.
- Empatía con el personal.
- Liderazgo y motivación.
- Comunicación verbal.
- Trabajo en equipo.
- Solidaridad.
- Relaciones humanas.

Competencias técnicas:

- Elaboración de programas especiales de confraternización para los trabajadores.
- Llevar un control de los memos por llamados de atención a los trabajadores.
- Coordinar el personal a su cargo.

- Llevar un control pormenorizado de los contratos de trabajo.
- Motivar al personal de la empresa.

4.2.1.6. Asistente de limpieza.

Nivel académico y cursos:

- Que posea título de bachiller.

Edad: Entre 22 y 45 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Organización en sus labores.
- Rapidez en el servicio.
- Motivación.
- Responsabilidad.
- Humildad.
- Amabilidad.
- Iniciativa.

Competencias técnicas:

- Elaboración de cronograma de limpieza.
- Mantener en buen estado los equipos del restaurante.
- Administrar bien los recursos asignados a su área.
- Programación flexible de trabajo.

4.2.1.7. Conductor – Repartidor.

Nivel académico y cursos:

- Que posea título de bachiller.

- Licencia profesional de conducir.

Edad: Entre 23 y 45 años.

Sexo: Hombre.

Competencias Transversales:

- Trabajo en equipo.
- Disponibilidad de tiempo.
- Responsabilidad.
- Amabilidad.
- Comunicación verbal.
- Concentración visual.
- Constitución física.

Competencias técnicas:

- Excelente manejo de vehículos.
- Llevar un control pormenorizado de la mercadería transportada.
- Llevar un minucioso control de las guías de remisión que maneja.
- Administrar bien los recursos asignados.

4.2.8.1. Bodeguero.

Nivel académico y cursos:

- Que posea título de bachiller.
- Licencia profesional de conducir.

Edad: Entre 23 y 50 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Trabajo en equipo.
- Disponibilidad de tiempo.
- Responsabilidad.
- Amabilidad.
- Comunicación verbal.
- Esfuerzo físico.
- Concentración visual.

Competencias técnicas:

- Excelente manejo de vehículos.
- Llevar un control pormenorizado de la mercadería transportada.
- Llevar un minucioso control de las guías de remisión que maneja.
- Administrar bien los recursos asignados.

4.2.1.9. Chef.**Nivel académico y cursos:**

- Que posea un título de Chef profesional.
- Que haya asistido al menos a 3 seminarios gastronómicos de comida vegetariana.
- Que tenga conocimientos avanzados de cocina vegetariana.
- Que tenga conocimientos básicos de inglés.

Edad: entre 25 y 50 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Orden de requisición.
- Control de inventarios.

- Trabajo en equipo.
- Limpieza y pulcritud.
- Orden.
- Identificación de precios de suministros y definición de precios al público.
- Agudeza olfativa y gustativa.

Competencias técnicas:

- Planeación de menú de acuerdo a la dieta requerida.
- Preparación, condimento y cocción adecuada de los alimentos.
- Aplicación de varias técnicas gastronómicas.
- Conocimiento de una amplia variedad de platillos.

4.2.1.10. Asistente de cocina.

Nivel académico y cursos:

- Que posea título de bachiller.
- Que haya asistido al menos a 2 seminarios gastronómicos de comida ecuatoriana.
- Que tenga conocimientos básicos de cocina vegetariana.

Edad: Entre 25 y 45 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Buena memoria.
- Agudeza olfativa.
- Agudeza gustativa.
- Limpieza y pulcritud.
- Orden.
- Organización y control de suministros.

- Concentración visual.
- Trabajo en equipo.

Competencias técnicas:

- Preparación de alimentos y bebidas acorde a las dietas vegetarianas.
- Manejo higiénico de suministros.
- Aplicación de variadas técnicas gastronómicas.
- Mantener limpieza constante en su área de trabajo.

4.2.1.11. Cajero.

Nivel económico y cursos:

- Que posea título de bachiller en áreas contables o informáticas.
- Que tenga conocimientos básicos en herramientas de Excel.
- Que tenga conocimientos de herramientas contables.
- Que posea conocimientos de inglés básico.

Edad: Entre 23 y 40 años.

Sexo: Mujer.

Competencias Transversales:

- Buena atención al público.
- Paciencia.
- Trabajo en equipo.
- Limpieza y pulcritud.
- Buena memoria.
- Operaciones matemáticas básicas.
- Concentración visual.

Competencias técnicas:

- Coordinar el personal a su cargo y sus funciones.
- Excelente manejo de caja chica.
- Responsabilidad de recibir y verificar mercadería de proveedores.
- Coordinar actividades específicas con otras áreas de apoyo.
- Delegar tareas específicas con base a determinadas prioridades.

4.2.1.12. Mesero.**Nivel académico y cursos:**

- Que posea título de bachiller.
- Que tenga conocimientos básicos del inglés.
- Que tenga conocimientos básicos de cocina vegetariana.

Edad: Entre 22 y 40 años.

Sexo: Indiferente.

Competencias Transversales:

- Atención al cliente.
- Persona alegre.
- Tolerancia.
- Limpieza y pulcritud.
- Facilidad de palabra.
- Concentración visual.

Competencias técnicas:

- Brindar información clara y precisa sobre las instalaciones del restaurante.
- Realizar limpieza de mesas de las áreas comunes del restaurante.
- Aplicación de varias técnicas gastronómicas.
- Conocimiento de una amplia variedad de platillos.

4.2.1.2. Misión.

Naviarestaurant S.A. ofrecerá los mejores platillos de comida vegetariana del mercado, con un servicio eficiente y de calidad, para cumplir con las expectativas de los gustos más exigentes.

4.2.1.3. Visión.

Alcanzar el posicionamiento de la marca en el mercado, para hacerla líder en su rama como una de las cadenas de restaurantes de más alto reconocimiento y de esa manera alcanzar una gran expansión en los otros Cantones de la Provincia.

4.2.1.4. Aspecto jurídico.

Las normas y legislaciones establecidas en el Ecuador, son para garantizar el derecho y los deberes de las empresas, para que estas puedan incursionar en las actividades del sector empresarial. Es necesario cumplir ciertos requisitos legales, no solo en las Instituciones Públicas como el Servicio de Rentas Internas - SRI o la Superintendencia de Compañías, sino también en las autoridades seccionales, que en el caso de la empresa Naviarestaurant S.A., es el Municipio de Salinas.

A continuación se detallan los diversos requisitos a cumplir, para iniciar las actividades económicas:

1. Reserva del nombre en la página web de la Superintendencia de Compañías.
2. Una vez que se apruebe el nombre, se lleva el documento al Banco de preferencia de los socios, con la presentación de los datos de los accionistas y el correspondiente valor al 25% del capital de la empresa.
3. Se eleva a escritura pública la minuta de la empresa en una Notaría Pública; en dicha minuta estarán detallados todos los lineamientos de las actividades.

4. Presentación de 4 copias notariadas de la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para que esta emita una resolución de constitución, que se debe publicar en un periódico de amplia circulación de la Provincia.
5. Se procede al registro de los nombramientos del presidente y el Gerente General en el Registro Mercantil del Cantón.
6. Se presentan las escrituras notariadas en el SRI, la resolución de constitución de la compañía, una nómina de accionistas facilitada por la Superintendencia de Compañías, nombramientos originales registrados y copias de los mismos y los formularios 01-A y 01-B, para detallar la dirección principal, actividades económicas, datos de los accionistas y el representante legal, con copia a color de cédula actualizada y certificado de votación vigente de todos ellos. De esa manera se obtiene en Registro Único de Contribuyente (RUC).
7. Permiso de funcionamiento de la Comisaría Municipal de Salinas.
8. Permiso del Departamento de Ambiente del Municipio de Salinas.
9. Permiso del Cuerpo de Bomberos de Salinas.
10. Certificados de salud ocupacional de los trabajadores de la empresa, para posterior permiso de la Dirección Provincial de Salud de la Provincia.

4.2.2. Necesidades a satisfacer.

La industria de restauración en el cantón Salinas está cubierta por empresas o negocios pequeños que ofertan sus platillos con sabores ecuatorianos, que en realidad son deliciosos y es por eso que en los últimos años se ha percibido un crecimiento de los mismos, sin embargo hay un sector que no se ha desarrollado, pero que de implementarlo acertadamente, puede despuntar.

El sector, como se ha mencionado anteriormente, es el de comida vegetariana, que puede acoplarse perfectamente al medio de servicios de alimentos, dados los resultados de las investigaciones realizadas, que revelan un nivel de aceptación relativamente alto.

No existe una competencia directa de esta rama de comida saludable en el Cantón, puesto que más se destaca en este la comida rápida o establecimientos que venden piqueos o comida ecuatoriana propia de la región costera.

La principal necesidad a satisfacer es la de una mejor alimentación, puesto que este es sin duda un aspecto fundamental en la vida de las personas, es preciso entonces inculcar los beneficios de esta dieta alta en proteínas y que asimismo es complementaria a las actividades diarias de los consumidores, por consiguiente habrá grande aceptación.

4.2.3. Objetivos.

4.2.3.1. Objetivo General.

Buscar la aprobación de los consumidores del cantón Salinas, mediante el ofrecimiento de platillos deliciosos al paladar, pero a la vez naturales, para el mejoramiento de su salud.

4.2.3.2. Objetivos Estratégicos.

1. Aumentar la participación en el mercado, a través del establecimiento de precios y promociones accesibles a todos.
2. Asegurar la continuidad de compra de los consumidores.
3. Asegurar la lealtad de los futuros clientes.

4.2.3.3. Productos y Servicios a ofrecer.

A continuación se presentan 7 platillos principales que ofrecerá la empresa, en base a la observación de los platillos peninsulares más solicitados:

Cuadro No. 26: Platos vegetarianos

PLATILLO	PRESENTACIÓN
Guatita de soya	
Arroz con menestra y carne	
Hamburguesa vegetariana	
Caldo de bola	
Pizza vegetariana	
Lasaña vegetariana	

Fuente: Observación directa
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Es fundamental destacar que al ser una empresa peninsular, los platillos tendrán influencias de la región, porque es conocido de antemano que, cambiar de una dieta basada en productos cárnicos a una vegetariana requiere de una adecuada transición, para que el organismo adapte los sabores y proteínas nuevas que en él se van a ingresar, por lo tanto esta estrategia de usar sabores nativos y arraigados a la cultura peninsular será lo más viable.

Estos platillos serán los introductorios, ya que existe una amplia gama gastronómica vegetariana que se puede ofrecer, y por lo tanto es preciso comenzar con aquellos que son familiares para la población, para luego incursionar en otros.

4.2.3.4 Justificación e importancia.

Es necesario acotar que al ser un balneario tan importante, Salinas necesita tener una nueva opción de alimentos que ofrecer a los turistas, así como también los habitantes nativos del Cantón requiere de platillos que les permitan realizar sus actividades laborales y escolares de la mejor manera.

Por consiguiente, para colaborar en la salud de los habitantes es que la empresa Naviarestaurant S.A. incursiona en el mercado de restauración.

Al realizarse varios nuevos proyectos en el balneario como por ejemplo la cercana inauguración del Aeropuerto de Salinas, es de conocimiento general que la economía despuntará a mejores niveles, que beneficiarán mucho a los salinenses.

Naviarestaurant S.A., al ser una empresa nueva en el sector, procurará aportar a la gastronomía de Salinas un ingrediente nuevo y moderno, como lo es la comida saludable, ya que es conocido a nivel internacional, que el impacto que causa este tipo de alimentación en el comercio es muy relevante.

4.3. MERCADO.

En esta tesis de grado se toma en cuenta la demanda de servicios de restaurante en la provincia de Santa Elena, destacando principalmente la del cantón Salinas, ya que es en este donde se desarrolla uno de los mayores movimientos turísticos y comerciales del país.

4.3.1. Análisis de la situación del sector a través de las fuerzas competitivas del mercado.

4.3.1.1 Cliente.

Los clientes potenciales de la compañía Naviarestaurant S.A. son aquellos consumidores que desean incluir una nueva alimentación en sus dietas o quienes definitivamente requieran el cambio de su dieta actual, basada en productos cárnicos, por una en la que se alimente exclusivamente de productos naturales.

Las encuestas que se efectuaron a consumidores nativos del cantón Salinas y a quienes forman parte del amplio número de turistas que visita el sector, ayudaron en gran manera para determinar que un gran porcentaje siempre visitaría el restaurante con aquel concepto nuevo de comida vegetariana.

4.3.1.2. Análisis de la competencia actual y potencial

4.3.1.2.1. Competencia directa

Como competencia potencial se define a aquella que oferta productos o servicios similares a los que se introducirá en el mercado. En el caso de Naviarestaurant S.A., y tomando en cuenta el cantón Salinas, no existe una competencia directa en el sector, pues la mayoría expende producto del mar o parrilladas a base de productos cárnicos.

4.3.1.2.2. Competencia indirecta.

Naviarestaurant S.A. se introducirá en el sector restaurantero de Salinas frente a una competencia indirecta que maneja precios elevados, por ser un sector con altos costos de predios urbanos y otros factores que impulsan al acrecentamiento de dichos valores que cobran por brindar el servicio. A continuación se presenta un cuadro con el detalle de la competencia actual y potencial:

Cuadro No. 27: Competencia indirecta

N o.	Nombre de restaurante	Dirección	Atractivo de localización	Dimensión	Concurrencia de consumidores	Fachada exterior
1	Sogale	Avda. Carlos Espinoza Larrea s/n, cerca de Ferretería Econova	Medio	Mediano	Gran cantidad de clientes	Acogedor
2	Positano	Barrio San Lorenzo, atrás de Iglesia Católica	Alto	Grande	Muchos clientes	Moderno
3	Café Colón	Avda. Malecón, Hotel Barceló Colón Miramar	Alto	Grande	Muchos clientes	Moderno
4	Rocka Parrilla	Avda. Enríquez Gallo, cerca de Hotel Salinas Suites	Medio	Mediano	Muchos clientes	Acogedor
5	Parrillada Don Ciro	Avda. Malecón	Medio	Mediano	Gran cantidad de clientes	Acogedor
6	Carlöncho	Avda. Enríquez Gallo, Calle 17, junto a Hotel Salinas	Medio	Mediano	Muchos clientes	Acogedor
7	Marvento Plaza	Avda. Enríquez Gallo, contigua al Cuerpo de Bomberos	Alto	Mediano	Muchos clientes	Acogedor
8	Mar y Tierra	Avda. Malecón	Alto	Mediano	Gran cantidad de clientes	Acogedor

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Alex Morán Navia

4.3.1.3. Proveedores.

En el marco de un proyecto, es necesario contar con proveedores que puedan brindar precios convenientes para los intereses de la empresa, además de materia prima e insumos en excelente estado, para que los platillos que vayan a ser preparados, puedan ser de completo agrado para los clientes.

Los proveedores, en su gran mayoría serán aquellos que tengan un bajo poder de negociación, puesto que existe variedad de oferentes que comercializan los mismos productos, incluso con la opción de aprovechar ofertas y comparando los valores de la materia prima o de los insumos. Serán entonces los siguientes:

- Mercados del cantón La Libertad, que aunque se encuentran un poco distantes de la empresa, poseen buenos precios y frutas, hortalizas y vegetales frescos.
- Supermercados multinacionales tales como: CORPORACIÓN FAVORITA C.A. (Gran Akí y Supermaxi) o CORPORACIÓN EL ROSADO S.A. (Mi Comisariato).

4.3.1.4. Sustitutos.

Los clientes tienen entre las muchas opciones de restaurantes del cantón, productos que contienen carnes rojas, pollo, pescado y una amplia variedad de mariscos.

Se considera entonces que existe una amenaza moderada que dichos clientes podrían preferir aquellos platillos u otros similares que no contengan soya o algún otro producto natural, ya que ellos optarían por consumir esos alimentos perjudiciales en lugar de degustar la innovación diferenciada de platillos vegetarianos.

Es necesario acotar sin embargo, que la empresa procurará persuadirlos a través de diversas estrategias de marketing, para que aquellos consumidores se convenzan de que es más saludable degustar los platillos vegetarianos antes que aquellos que a decir verdad, son tradicionales, pero que de a poco merman su estado de salud.

4.3.2. Valoración de la Demanda.

Como se detalló con anterioridad, el segmento de mercado comprende a personas desde los 25 hasta los 65 años, que habiten en Salinas. Se ha considerado que de aquella población un 25% sería la demanda estimada, de aquel resultante, un 20% se establece como la demanda objetivo, y de este último resultante, se determina una frecuencia de compra de 4 días a la semana.

Tomando en cuenta el punto de vista de las personas encuestadas, se pudo determinar que la gran mayoría considera que hay carencia en los hogares salinenses de la comida sana y que, en efecto, el aumento de locales de comida rápida es notorio, puesto que es una línea que en realidad, tiene mucha acogida entre los habitantes.

La demanda de alimentos que se consumen fuera del hogar es grande, es decir, la frecuencia con la que las familias recurren a restaurantes a desayunar, almorzar o cenar se ha acrecentado, y es algo de lo que se puede tener certeza con tan solo dar un paseo por las principales arterias del cantón.

El valor de los platillos en Salinas es relativamente alto, como se comentó con antelación, sin embargo, Naviarestaurant S.A., tendrá precios más económicos, para cuidar no solo la salud de los hogares salinenses, sino también su economía, facilitándoles una nueva opción alimenticia.

4.3.3. Análisis situacional.

Según la base de datos proporcionada por la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para el año 2011 había más de 270 restaurantes en el Cantón Salinas, de los cuales, ya en la actualidad estarían superando los 300, porque el turismo en el sector ha crecido sobremanera.

Se puede deducir entonces que el sector restaurantero en verdad es viable en Salinas, puesto que cada año aumenta en número los establecimientos que ofrecen dicho servicio, u otro similar, como lo es el de bar-restaurante, cevicherías o picanterías, que ingresan en dicho lineamiento.

4.3.3.1. Definición y Cuantificación de los segmentos del mercado.

El segmento de mercado al que irá dirigido el servicio de Naviarestaurant S.A. será aquel de mercado de personas formadas, de 25 a 65 años, en el que están incluidos los estudiantes y trabajadores, personas cuya situación económica por estar conformada por actividades laborales y sociales, les permite acudir a restaurantes. Aquellas personas podrán ser de nivel adquisitivo medio o medio-alto.

4.3.3.2. Herramienta FODA.

Cuadro No. 28: Herramienta FODA

<p>FORTALEZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">- Ubicación estratégica, gracias a su localización privilegiada, contigua a la avenida Malecón.- Precios más económicos que los de la competencia.- Personal capacitado y especializado en su área de influencia.- Instalaciones con ambiente relajante y ameno.
<p>OPORTUNIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">- Gran afluencia de clientes en el sector donde se establecerá el restaurante.- Implementación de técnicas gastronómicas innovadoras.- Mercado de comida vegetariana en crecimiento respecto a la demanda.
<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none">- Un menú relativamente diferente y no probado antes con frecuencia en el mercado.- Ser una nueva empresa en el sector restaurantero sin promoción al público en general.- Falta de lealtad de los consumidores respecto del restaurante.
<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">- Fuerte amenaza de productos light a precios más accesibles a los clientes, en comparación con los del restaurante.- La experiencia de los competidores en el mercado, al existir gran variedad de negocios restauranteros en el sector.- Competencia desleal o agresiva de otros restaurantes.

Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.3.4. Estrategia de mercadeo.

En la estrategia de mercadeo convergen una serie de herramientas que ayudan en gran manera al alcance de las metas planeadas por la empresa. Es por aquello que se la puede determinar como el uso selecto de diferentes estrategias de marketing para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

En la presente estrategia se destacan las 4 P, como son: producto, precio, plaza y promoción; estas variables son vitales para el correcto funcionamiento del negocio, pues si estas son ejecutadas de una forma adecuada, aquello fortalecerá el proyecto, tornándolo rentable y duradero en el tiempo, lo cual es conveniente para los responsables del mismo.

4.3.4.1. Producto.

El servicio con el que se incursionará en el mercado no se encuentra en la actualidad en el sector de restauración de Salinas, sin embargo, con las encuestas y entrevistas realizadas se percibió la necesidad de cumplir con las expectativas de esa demanda insatisfecha.

La amplia variedad gastronómica que incluirá el menú de Naviarestaurant S.A. satisfará a los clientes, quienes encontrarán en un solo lugar una alternativa diferente y vanguardista, en relación a la que comúnmente se ve.

La oferta que existe en la actualidad en el cantón Salinas satisface a medias a los consumidores, puesto que a estos se les ofrece cantidad de comida con altas propiedades calóricas y no calidad, con altas propiedades vitamínicas y nutricionales; en realidad este último factor es el vital para el organismo.

Sin duda, las personas perciben aquello, pero al no existir una oferta amplia en el mercado, consumen el primer elemento, que evita que posean buena salud.

Gráfico No. 19: El producto



Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

El servicio se distinguirá del de la competencia por las siguientes variables:

- La frescura de cada uno de los ingredientes que conformen el platillo.
- La mano de obra ampliamente calificada, con los mejores estándares de calidad.
- La presentación agradable a la vista.
- La atención al cliente de forma personalizada y en todo momento que este lo necesite, tanto cuando pida su orden, como cuando la termine. Siempre estará alguien pendiente de su entera satisfacción.
- Disposición en la mesa de variadas salsas para acompañar sus comidas, exceptuando salsa de tomate, ají o mayonesa común, sino por el contrario, aquellas que sean preparadas con materia prima fresca y natural, tales como: guacamole, salsa de tomate con orégano, mayonesa de soya, entre las más destacadas.

4.3.4.2. Precio.

La estrategia de precios indicada para la iniciación de la empresa en el sector de restauración será la de *Precios de penetración*, ya que se ofrecerá un servicio de alta calidad a un precio medio.

Al principio tal vez no se logre la mayor utilidad, sin embargo, aquello motivará al consumo masivo por parte de los clientes y por lo tanto, aumentará la cuota de mercado con el transcurrir del tiempo.

Se ha determinado la técnica de precios de acuerdo a la política financiera de que, del total del precio de venta al público, la empresa considera un costo de producción del 60%, y el 40% restante se determina como la contribución marginal.

4.3.4.3. Plaza.

La ubicación del restaurante Naviarestaurant S.A. será una variable vital para la empresa, la misma que, como se ha descrito anteriormente, estará en la Avenida Enríquez Gallo, contigua a la Avenida Malecón, en una zona comercial y turística de alta relevancia.

Otro factor relevante es la fachada del restaurante, puesto que es lo primero que el cliente percibe antes de ingresar a un restaurante, por lo tanto, la misma proyectará una imagen de modernidad y pulcritud, para que los consumidores se sientan seguros y cómodos.

Las instalaciones principales tendrán un ambiente agradable y amplio con capacidad para 48 personas. Se presenta a continuación la fachada del restaurante:

Gráfico No. 20: Fachada del restaurante



Fuente: Observación
Elaborado por: Alex Morán Navia

La venta de los platillos se efectuará a través de los siguientes canales de distribución:

- Servicio directo a los clientes, en las instalaciones propias del restaurante.
- Servicio a Domicilio a las instituciones públicas cercanas, en orden de distancia: Municipio de Salinas, Fiscalía de Salinas y Centro de Atención Ciudadana. Asimismo a todas aquellas empresas privadas cercanas a la empresa que deseen este servicio exclusivo.

4.3.4.4. Promoción

Este aspecto es trascendental para la empresa, puesto que es la manera de hacerse conocer en el medio en el que está ingresando, como empresa nueva e innovadora. A continuación se presentan las formas de promoción que empleará la empresa Naviarestaurant S.A.:

- **Página web:** la misma contará con información relevante de la empresa, como lo es: la ubicación, horarios de atención, la carta, el menú del día, las comidas disponibles para llevar, información sobre los beneficios de la comida vegetariana, cursos de cocina, contactos (teléfonos y correo), videos y fotos del origen de la empresa y temas relacionados con la cocina vegetariana.

Gráfico No. 21: Diseño de la página web



Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

- **Red social Facebook:** esta importante herramienta tiene un alcance increíble, ya que no solo lo puede ver el círculo de amigos de la cuenta del restaurante, sino los amigos de ellos también, por lo tanto es una red que no tiene un punto de recepción definido, se podría decir más bien que su alcance es infinito y a un costo muy bajo.

Gráfico No. 22: Red social Facebook



Fuente: Observación
Elaborado por: Alex Morán Navia

- **Prensa escrita:** aunque ha sido desplazada un poco en relación a las redes sociales, este medio aún tiene un gran alcance respecto de la promoción de un producto o servicio. En este caso se empleará la promoción en los medios escritos: EL UNIVERSO, por ser de alcance nacional y DIARIO SUPER, por tener gran acogida en la Provincia.

Gráfico No. 23: Prensa escrita 1 - EL UNIVERSO



Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

Gráfico No. 24: Prensa escrita 2 - DIARIO SÚPER



Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

- **Anuncios en bicicletas:** es una manera ecológica de anunciar la marca de la empresa Naviarestaurant S.A., que llama mucho la atención y requiere de bajos costos para ser ejecutada.

Gráfico No. 25: Anuncios en bicicleta



Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

- **Anuncios en el carro repartidor:** Tiene un doble objetivo: el primero es identificar el auto de la empresa con la marca de la misma, para que el trabajador tenga un sentido de pertenencia; el segundo es promocionar la marca doquiera que transite el auto.

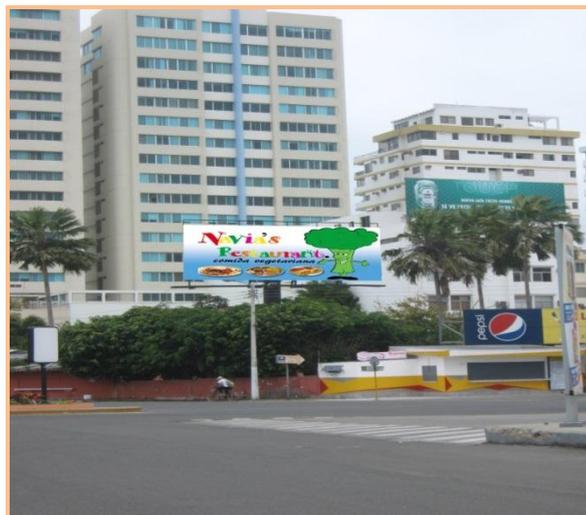
Gráfico No. 26: Anuncios en carro repartidor



Fuente: Investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

- **Anuncios en vallas publicitarias:** sin duda es uno de los medios de promoción más utilizados por las empresas y aunque tiene un costo relativamente elevado, posee un gran alcance para posicionar la marca en la mente los clientes y de aquellos potenciales consumidores. Esta valla estará ubicada en la entrada principal hacia la Avenida Malecón, estableciendo un excelente lugar, en el cual transita gran cantidad de automotores.

Gráfico No. 27: Anuncios en vallas publicitarias



Fuente: Investigación Descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.4. ESTUDIO TÉCNICO.

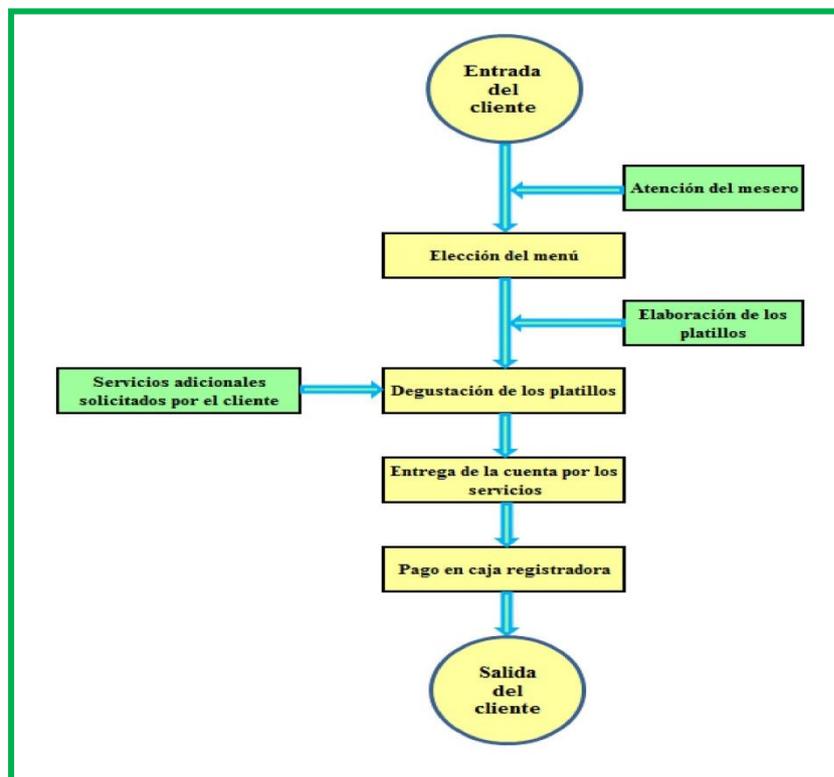
4.4.1. Tamaño seleccionado de la planta.

Naviarestaurant S.A. desarrollará sus actividades empresariales en sus instalaciones propias, en el cantón Salinas, en un terreno de 300 metros cuadrados (10 x 30), en el cual estarán distribuidas todas las áreas necesarias para atender a sus clientes de la mejor manera.

4.4.2. Proceso de producción.

El proceso de producción a utilizarse para efectos de la realización de cada uno de los platillos es el siguiente:

Gráfico No. 28: Proceso de producción



Fuente: Proceso de producción Naviarestaurant S.A.
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.4.3. Programa de producción.

Este aspecto del estudio técnico es importante, puesto que será un cronograma de las actividades que se ejecutarán para la entrega de los platillos, luego del pedido del cliente, dicho proceso debe hacerse lo más rápido posible.

Lo detallado anteriormente es uno de los distingos competitivos, ya que es el hecho de la eficiencia en el servicio respecto de los competidores.

La capacidad de producción, propiamente dicha, establecerá la capacidad que tenga el restaurante para hacer frente a la demanda creciente de los consumidores, que se espera aumente con el pasar del tiempo. La demanda del producto será la siguiente:

4.4.4. Recursos requeridos.

Al establecer el costo total de la inversión inicial del proyecto, es preciso determinar las fuentes de financiamiento, que permitirán el avance del mismo. Los recursos estarán determinados por dos fuentes principales de financiamiento, como lo son:

- Aportaciones de Capital de los Socios.
- Financiamiento, a través de un préstamo de la Corporación Financiera Nacional (CFN), institución que estimula la inversión productiva y responsable del sector Turístico, para dinamizar las economías locales.

Ambos elementos ayudarán a completar la inversión necesaria para la puesta en marcha del negocio.

4.4.5. Instalaciones físicas.

Las instalaciones físicas de Naviarestaurant S.A. estarán compuestas por diversos ambientes o áreas, distribuidas de una manera recíproca para que tanto el cliente como el personal de la empresa puedan sentirse cómodos en sus respectivas áreas de estar.

A continuación, una descripción detallada de cada una de las áreas del restaurante:

4.4.5.1. Área de restaurante.

Este ambiente estará compuesto por 12 mesas, cada una con 4 sillas. Todas estas tendrán una separación prudencial para que los clientes, en la mesa en la que estén, puedan tener comodidad y privacidad.

4.4.5.2. Área de facturación.

En esta área, estarán 2 cajeros, los cuales de forma eficiente emitirán el respectivo comprobante de venta al cliente, solicitando información personal de este, como: nombres, RUC o cédula de identidad, dirección y teléfono, para de esa manera tener una base de datos con toda la información de ellos; así, ante cualquier promoción o actividad especial de la empresa, se les podrá contactar, y habrá un nexo especial empresa-cliente.

4.4.5.3. Baños.

Los servicios higiénicos serán construidos de una manera elegante para los clientes, ya que una de las deficiencias de la mayoría de los restaurantes en Salinas, es un deficiente ambiente en los baños, lo cual se ha constatado a través de la observación. Dicho espacio estará contiguo a la sala principal del restaurante, para completa satisfacción del cliente.

Asimismo, habrá baños exclusivos para todo el personal de la empresa, dicho espacio se encontrará cercano a los departamentos administrativos.

4.4.5.4. Área de Lector biométrico.

Esta área estará tras la de facturación, y en ella, todos los empleados, sin excepción, registrarán su hora de entrada y salida, mediante el uso de este equipo electrónico de avanzada.

El personal de Recursos Humanos tendrá un historial al día de los movimientos del personal y podrá sancionar, en caso de que algún trabajador llegue tarde a la empresa.

4.4.5.5. Departamento de Gerencia.

En este departamento, como su nombre lo indica, estará el Gerente General, el mismo que se encargará de supervisar todas las actividades de la empresa, así como también desarrollar estrategias para alcanzar un mayor número de clientes y mejorar los índices financieros.

Algo importante para destacar es el hecho de que en el mismo se recibirán todos los casos de mayor urgencia, que de pronto no puedan resolver los encargados de los otros departamentos.

4.4.5.6. Departamento Administrativo.

En este departamento laborará el administrador, en el mismo, se llevarán a cabo todas las tareas administrativas que convergen en las actividades de la empresa, tales como administración de los costos de las materias primas, insumos y demás factores fundamentales para el cumplimiento de las metas empresariales.

4.4.5.7. Departamento Financiero.

En esta área de la empresa, se llevará a cabo todo el proceso de revisión y procesamiento de comprobantes de venta, así como también las operaciones contables y financieras que, por motivos de ley, deben registrarse y revisarse de forma diaria.

La oficina contará con archivadores metálicos, para de esa manera conservar en folders, todos los documentos que supongan un movimiento financiero o de índole similar, como por ejemplo los roles de pago de los empleados.

4.4.5.8. Departamento de Recursos Humanos (RR.HH.).

En este departamento, como su nombre lo menciona, estará el Supervisor del Personal, el mismo que se encargará de llevar un control pormenorizado de los avisos de entrada del personal, contratos de trabajo y todo lo relacionado con la historia laboral de los trabajadores.

Este departamento es fundamental para la empresa, puesto que desde el mismo se controlará el fiel cumplimiento de las políticas laborales y de procedimientos de la empresa, así como también se procurará mejorar el desarrollo personal de los trabajadores, para que ellos siempre puedan estar comprometidos con el trabajo realizado en el negocio.

4.4.5.9. Área de cocina

En esta área estarán ubicados los 2 chefs y sus respectivos ayudantes de cocina. El lugar será amplio y contará con un buen sistema de ventilación, para que los trabajadores puedan laborar en un excelente ambiente.

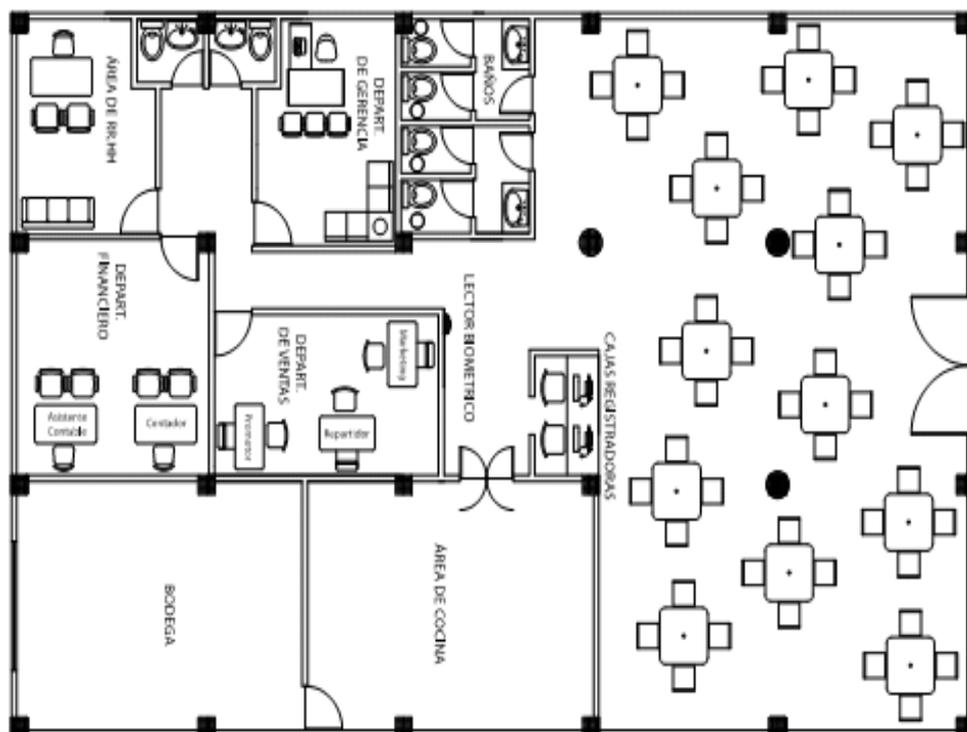
Asimismo estarán las cocinas industriales, mesas de trabajo y todos los implementos de cocina necesarios para la elaboración de los platillos; todo esto distribuido de una forma organizada, para procurar no solo la comodidad de quienes laboren en esta área sino también su seguridad.

4.4.6.0. Área de bodega.

En esta amplia área estarán ubicadas las refrigeradoras y el congelador, para que los alimentos puedan estar en un ambiente fresco y más seguro. En el podrán ingresar los chefs y cocineros para seleccionar todo aquello que consideren necesario para la elaboración de los platillos que los clientes soliciten.

4.4.5.1 Diseño de la Planta.

Gráfico No. 29: Diseño de la Planta



Fuente: Proceso de producción Naviarestaurant S.A.
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.4.6. Maquinarias y equipos.

Estos elementos serán todos los implementos que se utilicen para la producción y distribución de los platillos que se prepararán en el restaurante, a continuación se presenta un cuadro donde se detalla todo aquello y los proveedores nacionales que los facilitarán:

Cuadro No. 29: Maquinarias y equipos

DETALLE	CANTIDAD	PROVEEDOR
Licuada de 3 velocidades	3	COMANDATO
Congelador	1	COMANDATO
Refrigeradora comercial	1	COMANDATO
Refrigeradora con vitrina	1	COMANDATO
Extractor	2	COMANDATO
Mesa de trabajo	4	EQUINDECA CIA. LTDA.
Espumadera	4	COMANDATO

Fuente: Investigación de mercados
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.4.7. Recursos Humanos (MOD).

4.4.7.1. Mano de obra directa.

La mano de obra directa se es aquella que participa directamente del proceso de elaboración de los platillos de comida vegetariana, en el caso de la empresa, los chefs y ayudantes de cocina. (Ver Anexo No. 3).

4.4.7.2. Mano de obra indirecta.

Este tipo de mano de obra es aquel que no participa del proceso de elaboración de los platillos, sin embargo, forma parte de la fuerza laboral de la empresa. (Ver Anexo No. 4).

4.4.8. Materias primas.

4.4.8.1. Materia prima directa.

La materia prima directa es aquella que se utiliza como elemento principal en la elaboración de los platillos de la empresa restaurantera, por ejemplo: arroz, granos, aceite, sal, especias, verduras, hortalizas, entre otras. (Ver anexos No. 8-13).

4.4.8.2. Materiales directos.

Comprenden todos aquellos implementos que se utilizarán en el proceso de producción de los del restaurante; dichos implementos complementarán el trabajo de las maquinarias y equipos. Se consideran todos aquellos materiales de producción nacional que estén en el departamento de cocina y que se emplean directamente en la labor de la empresa.

Cuadro No. 30: Materiales directos

Materiales Directos		
DETALLE	CANTIDAD	PROVEEDOR
Tazón para ensaladas	4	EQUINDECA CIA. LTDA.
Juego de cuchillos para cocina	3	CORPORACION EL ROSADO S.A.
Cedazo malla	2	CORPORACION EL ROSADO S.A.
Sartén de teflón	3	COMANDATO
Exprimidor	3	CORPORACION EL ROSADO S.A.
Charol redondo aluminio	3	CORPORACION EL ROSADO S.A.
Juego de manteles	12	CORPORACION EL ROSADO S.A.
Vajillas de porcelana 20 piezas	7	CORPORACION EL ROSADO S.A.

Juegos de docena de cucharas	9	COMANDATO
Juegos de docena de cuchillos	9	COMANDATO
Cocina Industrial	2	FRITEGA S.A.
Caldero 50 cm.	4	COMANDATO
Caldero 36 cm.	4	COMANDATO
Tabla de picar	5	CORPORACION EL ROSADO S.A.
Cuchara sopera	4	COMANDATO
Olla industrial	3	EQUINDECA CIA. LTDA.

Fuente: investigación descriptiva
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.5. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO.

4.5.1. Plan de inversión.

La empresa Naviarestaurant S.A. ha considerado dentro de su planeación financiera: inversiones a corto y largo plazo, entre ellas tenemos:

- Maquinarias y herramientas.
- Equipos de computación.
- Muebles de oficina.
- Equipos de oficina.
- Planta.
- Vehículos
- Capital de trabajo

4.5.1.1. Inversiones fijas tangibles.

Las inversiones fijas tangibles se constituyen como el motor de la empresa, ya que estas son parte vital en el marco de los procesos productivos del restaurante.

Activos Fijos.

Los activos fijos son todos aquellos bienes tangibles que le pertenecen a la empresa, en el caso de Naviarestaurant S.A., la inversión total, correspondiente a los activos fijos de cocina asciende a \$128.286; la inversión total de los departamentos operativos \$48.611,44, dando un total de \$176.897,44.

Cuadro No. 31: Activos fijos – Expresado en dólares \$

GRUPOS	COCINA	OPERATIVOS	TOTAL	COCINA	OPERATIVO
Equipos de computación	-	5.090,00	5.090,00	0%	100%
Equipos de oficina	613,00	7.536,97	8.149,97	8%	92%
Maquinarias y herramientas	9.896,00	-	9.896,00	100%	0%
Muebles de Oficina	888,00	2.221,47	3.109,47	29%	71%
Vehículos	-	15.600,00	15.600,00	0%	100%
Planta	101.289,00	33.763,00	135.052,00	75%	25%
TOTAL...	128.286,00	48.611,44	176.897,44		

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

La empresa Naviarestaurant S.A., del total de sus inversiones en equipos de computación, el 100% la dedica para los departamentos operativos, exceptuando al de cocina, que no posee inversiones en estos activos.

En relación a los equipos de oficina, del total de las inversiones, un 8% se empleará en el área de cocina y el restante, es decir, el 98%, en los departamentos operativos, ya que en este último por lo general se necesitan más de este tipo de activos.

Para efectos de adquisición de maquinarias y herramientas, el departamento de cocina utilizará el 100% de las inversiones totales, exceptuando al área operativa, que para el desarrollo de sus actividades empresariales no las necesitará.

Las inversiones que se tomarán en cuenta para la adquisición de muebles de oficina tienen un 71% de ellas en los departamentos operativos, mientras que el restante 29% será para el área de cocina.

Para efectos de transporte en la empresa, solamente el área de cocina necesitará un vehículo, por motivo de traslado de materias primas e insumos desde los locales de los proveedores hasta la empresa y también para los servicios a domicilio de entrega de platillos a los clientes, por lo tanto, el 100% de la inversión será para este departamento.

4.5.1.2. Inversión Fija Intangible.

Activos fijos intangibles.

Son todos aquellos que poseen naturaleza inmaterial, sin embargo, tienen capacidad para generar réditos económicos futuros, que pueden ser controlados y administrados por la empresa. En el siguiente cuadro se muestra cada uno de ellos:

Cuadro No. 32: Activos fijos intangibles – Expresado en dólares \$

ACTIVOS INTANGIBLES	
Gastos de Constitución	1.000,00
Programa DOBRA 8.0 empresarial para restaurante	800,00
TOTAL....	1.800,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.5.1.3. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo, también conocido como capital circulante, fondo de rotación o fondo de maniobra, es esencial para efectos de determinar la capacidad que posee la empresa para avanzar en sus actividades empresariales con total normalidad.

Este fondo de maniobra indica también si la empresa puede responder de forma rápida a sus más inmediatas deudas, la forma de cálculo más sencilla es restando al Pasivo Corriente del Activo Corriente. En el siguiente cuadro se detalla el cálculo de este indicador financiero:

Cuadro No. 33: Capital de trabajo – Expresado en dólares \$

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PROMEDIO MANIOBRA MENSUAL	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	358.578	2	1.992,10
Pasivo circulante (Pc)			<u>1.992,10</u>
Materiales (m)	358.578	2	1.992,10
Productos en fabricación (f)	392.481	2	2.180,45
Productos terminados (v)	392.481	3	3.270,67
Clientes (c)	654.135	2	3.634,08
Activo circulante (Ac)			<u>11.077,30</u>
GARANTIA		10%	199,21
PC			1.992,10
F.M. PREVISTO			9.284,41

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

Tomando en cuenta una garantía del 10% respecto del pasivo circulante, y realizando el cálculo respectivo, como se describió anteriormente, obtenemos un fondo de maniobra de \$9.284,41, el cual ayudará en la adquisición de materias primas e insumos necesarios para la producción.

4.5.2. Plan de financiamiento.

En el marco del plan de financiamiento la empresa Naviarestaurant S.A., el 75% de la inversión total del proyecto corresponderá a un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN), y el 25% restante corresponderá a la aportación de los 4 socios.

Cuadro No. 34: Plan de financiamiento – Expresado en dólares \$

INVERSIONES ESTIMADAS		FINANCIAMIENTO	
Inversión de activos fijos	176.897	CFN	139.648
Inversión fondo de maniobra	9.300	Capital Social	46.549
Total inversión.....	186.197	Total.....	186.197

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

4.5.4. Costo de Operación.

Para efecto de costeo se han estimado 3 platillos, que son los siguientes:

1. Caldo de bola y arroz con choclo, zanahoria y carne guisada.
2. Sopa de lenteja y arroz con puré y carne vegetariana.
3. Crema de habas y arroz con menestra y carne vegetariana.

Realizando el respectivo costeo para los valores de las materias primas, se generara una contribución marginal de 40%, quedando un 60% de costo de producción, como política de la empresa.

4.5.5. Ingresos.

Los ingresos se basan en los ingresos que obtendrá la empresa por cada año de actividades empresariales, en el caso de Naviarestaurant S.A., dichas ventas para el primer año se establecieron en \$654.135 con un crecimiento anual de 2% por año, como lo muestra el siguiente cuadro. **(Ver anexo No. 5).**

4.6. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Solo se escribe un detalle de los resultados de las operaciones financieras, que en realidad determinan un rendimiento de la inversión realizada en el proyecto.

4.6.1. Estados financieros proyectados.

4.6.1.1. Estado de Pérdidas y Ganancias.

Demuestra los resultados obtenidos en el desarrollo de las operaciones de la empresa, y se reflejan los gastos e ingresos incurridos por la misma. El estado de resultados determinó que para el primer año de ejercicio económico se obtiene una utilidad bruta en ventas de \$255.178 y durante los años de vida determinados para el proyecto se incrementará la demanda de los platillos vegetarianos, restando todos los costos operativos que suman \$155.898, utilidad antes de trabajadores de \$99.280, determinando una participación de los trabajadores de \$14.892. **(Ver anexo No. 17).**

Luego de aquello obtenemos una utilidad antes del impuesto a la renta de \$84.388, para luego pagar el correspondiente Impuesto a la Renta que determina el Estado, que es del 22%, obteniendo una utilidad neta de \$65.823 para el primer año. En el primer año se determina que el proyecto es factible, ya que no se obtiene una pérdida en el ejercicio, que es común para proyectos nuevos.

4.6.1.2. Flujo de caja (Cash Flow).

El flujo de caja es un informe financiero que establece un detalle de los flujos de ingresos y los egresos de dinero que posee la empresa en un periodo determinado. Para la empresa Naviarestaurant S.A., el flujo es de \$63.972 para el primer año. **(Ver anexo No. 6).**

4.6.1.3. Flujo de caja para la evaluación.

Durante la vida del proyecto de restaurante vegetariana se muestran los diferentes costos en los que incurrirá la empresa en cada uno de los 10 años proyectados.

Muestra las inversiones realizadas en el año cero, en el cual se adquiere material, materia prima y maquinarias, por lo tanto, al efectuar esos desembolsos se puede observar el comportamiento del flujo de dinero que en el primero año es negativo, sin embargo, en el año siguiente es positivo porque ya no hay gastos de inversión, solo se consideran los costos de producción, por lo tanto se recupera la inversión y aumenta con cada año. En el año uno \$186.197, y en año 2 es \$63.972.

4.6.2. Indicadores de rentabilidad de la inversión.

4.6.2.1. Tasa Interna de Retorno (TIR).

Es conocida también tasa interna de rentabilidad, es el porcentaje basado en el gasto de inversión, que determina la estimación de retorno de la inversión, es decir, indica los rendimientos financieros esperados de la inversión inicial.

En el caso de Naviarestaurant S.A., la tasa interna de retorno es de 48% en el primer año de actividades, lo cual indica que es un proyecto empresarial rentable.

4.6.2.2. Valor Actual Neto (VAN).

Este indicador financiero determina el valor presente luego de un determinado flujos de efectivo proyectados durante un lapso de tiempo establecido, en el caso de Naviarestaurant S.A. dicho indicador luego de 10 años de vida de proyecto asciende a \$800.303,94, lo cual es realmente representativo, al ser un concepto de restaurante relativamente nuevo en el cantón.

4.6.2.3. Periodo de Retorno de la Inversión.

Este índice financiero establece el tiempo en el que se recuperará la empresa del desembolso que efectuó al iniciar sus labores empresariales. El cuadro que se presentará a continuación indica que la inversión inicial se recupera en el tercer año de vida del proyecto.

Cuadro No. 35: Periodo de retorno de la inversión – Expresado en dólares \$

	FLUJO DE INVERSIÓN	RECUPERACIÓN
INVERSIÓN TOTAL AÑO CERO		-186.197
AÑO 1	63.972	-122.226
AÑO 2	75.504	-46.722
AÑO 3	83.479	36.757
AÑO 4	102.246	139.003
AÑO 5	92.962	231.965
AÑO 6	130.397	362.362
AÑO 7	153.150	515.513
AÑO 8	172.379	687.892
AÑO 9	188.738	876.630
AÑO 10	183.556	1.060.185

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

Se demuestra también a través de este importante índice financiero que el proyecto es rentable, puesto que al tercer año se recupera la inversión, y se superan aquellos índices negativos de los primeros dos años, producto de la mencionada inversión con la que comenzó la empresa.

4.6.2.4. Análisis de Sensibilidad.

El análisis de sensibilidad se utiliza en las empresas para medir y determinar los posibles escenarios al establecer políticas nuevas de ventas o al presentarse algún cambio en el entorno empresarial respecto de políticas fiscales u otras variantes financieras.

Se determinan los siguientes escenarios para verificar el impacto que tendrá en el proyecto:

- Aumento de la inversión inicial a \$250.000.
- Aumento del flujo de caja del año 2 a \$150.000.
- Incremento de la tasa de descuento a 15%.
- Disminución del tiempo de vida de proyecto a 5 años.

Tomando en cuenta los escenarios anteriores se puede visualizar que, en el primer escenario, aunque aumenten los costos de inversión, el valor actual neto no varía, lo cual indica que el proyecto es fuerte.

En el segundo escenario, en el caso de aumentar el flujo de caja en el año 2, el valor actual neto asciende, lo cual es positivo para la empresa.

En el tercer escenario cuando aumenta la tasa de descuento en tres puntos porcentuales, de 12% a 15%, se ve una leve disminución del valor actual neto, lo cual indica un efecto un poco negativo ante los anteriores escenarios.

En el cuarto escenario, cuando disminuye el horizonte de planeación, el valor actual neto aumenta, determinando un beneficio mayor para la empresa. (**Ver Anexo No. 7**).

4.6.2.5. Punto de Equilibrio.

El objetivo del punto de equilibrio es determinar el volumen de producción mínima que debe poseer la empresa para no tener pérdidas. En el proyecto de Naviarestaurant S.A., se tomó en cuenta la producción de 3 almuerzos o platillos principales. Los valores resultantes de emplear el cálculo reflejan que la empresa tendrá que vender 44.371 unidades al año de cada tipo de almuerzos para no ganar ni perder. (**Anexo No. 8**).

Cabe recalcar que se ha considerado que los 3 platillos se venderán en igual proporción, por eso la mezcla de ventas fue establecida en un 33,33% para cada uno de estos.

4.6.3. Coeficiente de Rentabilidad Nacional.

4.6.3.1. Valor Agregado.

En un proyecto, el valor agregado es un índice económico que mide aquel valor añadido que se genera fruto de la producción de la empresa. Naviarestaurant S.A. tendrá los siguientes valores agregados, que le distinguirán de la competencia:

- Frescura de los platillos.
- Entrega justo a tiempo.
- Higiene en la presentación de los platillos.
- Adecuado manejo del control de calidad.
- Personal altamente capacitado y servicial.

4.6.3.2. Generación de empleos.

Como es de conocimiento general, las empresas restauranteras son una importante fuente de empleo para el cantón Salinas. Naviarestaurant S.A., fiel al mandato de brindar empleo a todos, incluirá en su nómina a 16 personas, para que puedan ocupar puestos administrativos y operativos, con un salario digno y todas las prestaciones sociales que por ley les corresponden.

4.6.3.3. Beneficios Socio Económicos.

Sin duda alguna, Salinas ha sido y es en la actualidad un gran motor económico que beneficia a sus habitantes, ya que existen variadas actividades que suponen remuneraciones para todos ellos. La puesta en marcha del negocio de comida vegetariana supondrá también la generación de empleos indirectos, lo cual será muy beneficioso para los hogares peninsulares.

4.6.3.4. Ratios Financieros.

Los ratios financieros son coeficientes que proporcionan unidades financieras utilizadas para verificar la relación, a través de una división, de dos datos financieros directos, de esta manera se analiza con un criterio claro el estado actual o el pasado de una empresa. Naviarestaurant S.A. emplea dos ratios financieros que son:

- Rotación de activos: que determina el grado de eficiencia de la empresa, en relación al uso de sus activos para generar ingresos por ventas. En el caso de la empresa, por cada unidad monetaria que se invierte en los activos, se generan \$3,70 en ventas.
- Margen neto de utilidad: es un porcentaje que determina la representatividad de las ventas en relación a la utilidad de ese periodo fiscal. Las ventas de la empresa para el primer año generaron un 10% de utilidad. (**Ver anexo No. 9**).

CONCLUSIONES

- Como conclusión se obtiene que el cantón Salinas, a lo largo de los años se ha consolidado como un polo de desarrollo económico importante para el país, y por lo tanto para la Provincia, sobre todo en lo relacionado al aspecto turístico, que incluye el sector de hotelería y de restauración; este último con muchas oportunidades de crecimiento.
- El estudio de mercados estableció cuáles son los clientes potenciales, proveedores y principales competidores, ya sean directos e indirectos, para la empresa, así como también cuáles son las estrategias de mercado más adecuadas para dar a conocer el servicio y proyectarse a la expansión del negocio.
- El aspecto del estudio técnico pudo determinar que el sector más adecuado para el desarrollo de las actividades económicas del restaurante vegetariano es el cantón Salinas, por ser, de los 3 cantones, el más desarrollado en cuanto a aspectos de restaurante se trata y el que más turistas recibe, por lo tanto existe una gran afluencia de clientes potenciales. Asimismo el diseño más factible de la planta y la división adecuada de los departamentos, para un adecuado desarrollo de las actividades.
- El estudio financiero y la evaluación económica han permitido determinar la rentabilidad del proyecto, pues los índices financieros son favorables para la incursión de la empresa de restauración en el cantón Salinas.

RECOMENDACIONES

- Para una correcta incursión en el mercado y por consiguiente la obtención del reconocimiento de la marca del restaurante de comida vegetariana, es preciso establecer políticas de servicio con altos estándares de calidad, para no solo ofrecer un buen servicio sino un producto que satisfaga las exigencias de los clientes.
- Es necesario que la empresa destaque, a través de las diversas estrategias de mercado, todos aquellos valores agregados que posee el servicio a ofrecer, puesto que aquello permitirá que los consumidores perciban una característica diferente e innovadora en el mismo, que le impulse no solo a adaptar a su vida este régimen alimenticio, sino que se convenza de que este aporta sobremanera en el aspecto de su salud.
- Dadas las viables condiciones financieras y económicas que conllevan a la creación de un restaurante de comida vegetariana, se recomienda la ejecución de la misma, considerando todos los aspectos necesarios para cumplir de esa manera con los propósitos empresariales.
- Es preciso contar con un personal de trabajo comprometido con la empresa, ya que uno de los valores agregados es distinguirse de las demás, puesto que no solo hay que ofrecer un servicio para simplemente vender platillos; es necesario que el cliente sienta afinidad con la empresa y de esa forma se fidelice con la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Biazzi, E. (2008), El maravilloso poder de las plantas: Guía práctica de plantas que previenen y curan. Asociación Casa Editora Sudamericana. Primera Edición. Buenos Aires – Argentina.
- Código Orgánico de la Producción (2010), publicado el 22 de diciembre del 2010.
- Constitución del Ecuador (2008), publicada en el Registro Oficial el 28 de Septiembre del 2008.
- Cuervo, M. (2013), Alimentación hospitalaria: Dietas hospitalarias. Ediciones Díaz de Santos.
- Dirección Provincial de Salud de Santa Elena (2011), principales casos de morbilidad durante el año 2010 y el primer semestre del 2011. Ecuador.
- Editorial VÉRTICE (2009), Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio – Certificado de profesionalidad Hostelería y turismo. Editorial VÉRTICE. Málaga – España.
- Fonseca, E. (2007), Turismo, Hoteles y Restaurantes. LEXUS Editores, Primera Edición. España.

- García Francisco, García Pedro, Gil Mario (2011), Operaciones básicas y servicios en restauración y eventos especiales. Editorial Paraninfo. Segunda Edición. Madrid – España.
- Holford, P. y Lawson, S. (2009), Optimum Nutrition Made Easy – Traducido al español por Carme Gerones - Nutrición Óptima. Ediciones Robinbook. Barcelona - España
- Knight, J. (2008), Creciendo con salud – Guía médica para el bienestar materno infantil. Asociación Casa Editora Sudamericana. Primera edición. Buenos Aires – Argentina.
- Guamán, G. (2008), Diseño de proyectos. EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA, Segunda Edición. Loja.
- Gil, A. (2010), Tratado de nutrición, Editorial Médica Panamericana. Segunda Edición Tomo 1: Bases Fisiológicas y Bioquímicas de la Nutrición., Madrid, España.
- González, A. (2012), 101 secretos para una vida sana. Asociación Casa Editora Sudamericana, Primera Edición. Argentina
- Idelfonso, E., Abascal, E. (2009), Fundamentos y técnicas de investigación comercial, Décima. Edición. Editorial ESIC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010), población de la Provincia de Santa Elena. Ecuador.
- Ley de Compañías (1999), publicada el 5 de noviembre de 1999.

- Pamplona, R. (2009), *Cómo tener un cuerpo sano*. Editorial SAFELIZ – Asociación Casa Editora Sudamericana, Primera Edición. Argentina.
- Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), publicado en junio del 2013.
- Salas-Salvadó, J., Bonada i Sanjaume, A., Trallero, R., Engrácia Saló i S., Burgos, R. (2008), *Nutrición y dietética clínica*. Editora ELVIESER, Segunda Edición. Barcelona, España.
- Simón, M., Benito, M. y Fernández de Rota, B. (2009), *Alimentación y nutrición familiar*. Editorial Editex, Primera Edición. España
- SUPERMAXI (2012), *El delicioso mundo de las verduras*. Editorial TAQUINA. Ecuador.
- Urbano, D. y Toledano, N. (2008), *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC. Primera Edición. Barcelona – España.
- Vaca, G. (2010), *Evaluación de proyectos*. Mc. GRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A., Sexta Edición. México.
- White, E. (2009), *Consejos sobre la salud*, primera edición/Dirigido por Aldo D. Orrego. Asociación Casa Editora Sudamericana. Argentina.

PÁGINAS WEB

- Gobierno Autónomo Descentralizado de Santa Elena (2012). De: <http://www.salinas.gob.ec>

ANEXOS

Anexo No. 1: 10 principales causas de morbilidad en Ecuador 2010

CAUSAS DE MUERTE	NÚMERO	PORCENTAJE	TASA
Diabetes mellitus	4.455	7,15%	29,18
Enfermedades hipertensivas	4.381	7,03%	28,70
Enfermedades cerebrovasculares	3.930	6,31%	25,74
Demencia y enfermedad de Alzheimer	3.894	6,25%	25,51
Accidentes de transporte terrestre	3.351	5,38%	21,95
Influenza y neumonía	3.067	4,92%	20,09
Agresiones (homicidios)	2.106	3,38%	13,79
Enfermedades isquémicas del corazón	2.014	3,23%	13,19
Cirrosis y otras enfermedades del hígado	1.997	3,21%	13,08
Enfermedades Inmunoprevenibles	1.971	3,16%	12,91
Enfermedades del sistema urinario	1.756	2,82%	11,50

Fuente: INEC – Tasa de mortalidad por 100.000 habitantes
Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 2: 10 principales causas de morbilidad Cantón Salinas 2011

No.	Causas	Casos	Hombres	Mujeres
1	Infección respiratoria aguda	5.354	2.506	2.848
2	Vaginosis	835	2	833
3	Parasitosis	681	311	370
4	Diarreas	620	314	306
5	Candidiasis vaginal	514	1	513
6	Infección vías urinarias	492	59	433
7	Hipertensión arterial	309	119	190
8	Amigdalitis	203	108	95
9	Dermatitis	196	99	97
10	Diabetes mellitus	135	45	90
11	Las demás	17.111	8.384	8.727
TOTAL		26.450	11.948	14.502

Fuente: Dirección Provincial de Salud de Santa Elena
Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 3: Mano de obra directa – Expresado en dólares \$

#	CARGO	NÓNIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
		SUELDO	TOTAL INGRESOS ANUAL	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	DÉCIMA TERCERA A REMUNERACION	DÉCIMA CUARTA REMUNERACION	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL
1	Chef 1	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	20,00	18,75	37,50	54,68	168,43	618,43	7.421,10
2	Chef 2	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	20,00	18,75	37,50	54,68	168,43	618,43	7.421,10
3	Ayudante de cocina	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
4	Ayudante de cocina	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
TOTAL ...		1.600,00	19.200,00	149,60	19.050,40	133,33	80,00	66,67	133,33	194,40	607,73	2.207,73	26.492,80

Fuente: Estudio Financiero
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 4: Mano de obra indirecta – Expresado en dólares \$

N o.	CARGO	NÓNIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
		SUELDO	TOTAL INGRES OS ANUAL	APOR TE (IESS) INDIVI DUAL	TOTAL A PAGAR	DÉCIMA TERCERA REMUNE RACION	DÉCIMA CUARTA REMUNE RACION	VACAC IONES	FOND O DE RESE RVA	APOR TE (IESS) PATR ONAL	TOTAL BENEF ICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	700,00	8.400,00	65,45	8.334,55	58,33	20,00	29,17	58,33	85,05	250,88	950,88	11.410,60
2	Administrador	500,00	6.000,00	46,75	5.953,25	41,67	20,00	20,83	41,67	60,75	184,92	684,92	8.219,00
3	Contador	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	20,00	18,75	37,50	54,68	168,43	618,43	7.421,10
4	Asistente Contable	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
5	Supervisor Personal (RR.HH.)	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	20,00	18,75	37,50	54,68	168,43	618,43	7.421,10
6	Asistente de limpieza	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
7	Bodeguero	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
8	Cajero	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
9	Cajero	350,00	4.200,00	32,73	4.167,28	29,17	20,00	14,58	29,17	42,53	135,44	485,44	5.825,30
10	Conductor Repartidor	450,00	5.400,00	42,08	5.357,93	37,50	20,00	18,75	37,50	54,68	168,43	618,43	7.421,10
11	Mesero	330,00	3.960,00	30,86	3.929,15	27,50	20,00	13,75	27,50	40,10	128,85	458,85	5.506,14
12	Mesero	330,00	3.960,00	30,86	3.929,15	27,50	20,00	13,75	27,50	40,10	128,85	458,85	5.506,14
13	Mesero	330,00	3.960,00	30,86	3.929,15	27,50	20,00	13,75	27,50	40,10	128,85	458,85	5.506,14
TOTAL.....		5.290,00	63.480,00	494,62	62.985,39	440,83	260,00	220,42	440,83	642,74	2.004,82	7.294,82	87.537,82

Fuente: Empresa Naviarestaurant S.A.

Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 5: Ingresos por ventas – Expresado en dólares \$

INGRESOS POR LAS VENTAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS		654.134,57	707.446,54	765.103,43	827.459,36	894.897,30	967.831,43	1.046.709,69	1.132.016,53	1.224.275,87	1.324.054,36
IVA 12%		78.496,15	84.893,58	91.812,41	99.295,12	107.387,68	116.139,77	125.605,16	135.841,98	146.913,10	158.886,52
TOTAL INGRESOS BRUTOS		732.630,72	792.340,12	856.915,84	926.754,48	1.002.284,97	1.083.971,20	1.172.314,85	1.267.858,51	1.371.188,98	1.482.940,88

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 6: Flujo de Caja (CASH FLOW) – Expresado en dólares \$

FLUJO DE EFECTIVO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS NETOS	654.134,57	707.446,54	765.103,43	827.459,36	894.897,30	967.831,43	1.046.709,69	1.132.016,53	1.224.275,87	1.324.054,36
COSTO DE PRODUCCIÓN	392.480,74	423.399,99	456.785,76	492.836,41	531.766,31	573.807,18	619.209,49	668.243,93	721.203,12	778.403,36
COSTOS OPERATIVO	150.259,82	155.259,15	160.592,23	166.275,75	172.327,24	178.765,10	185.608,63	192.878,13	200.594,89	208.781,28
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	14.891,97	17.500,98	20.341,68	23.205,90	26.574,38	29.517,49	33.283,30	37.633,73	42.371,24	47.300,97
PAGO DE PRESTAMO	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81	13.964,81
PAGO DE IMPUESTO	18.565,32	21.817,89	25.359,30	28.930,02	33.129,39	36.798,47	41.493,18	46.916,72	52.822,82	58.968,54
CASH FLOW	63.971,91	75.503,73	88.059,65	102.246,47	117.135,16	134.978,39	153.150,28	172.379,21	193.318,99	216.635,40

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 7: Análisis de sensibilidad – Expresado en dólares \$

Resumen de escenario						
	Valores actuales:	Aumento del costo inicial	Aumento del flujo año 2	Incremento de tasa	Disminución del horizonte de planeación	
Celdas cambiantes:						
	\$C\$2	186.197	250.000	186.197	186.197	186.197
	\$C\$3	75.704	75.704	150.000	75.704	75.704
	\$C\$6	0,12	0,12	0,12	0,15	0,12
	\$C\$5	10	10	10	10	5
Celdas de resultado:						
	VAN	60.360	60.360	119.588	57.252	60.355

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 8: Punto de equilibrio – Expresado en dólares \$

UNIDADES PRODUCIDAS		87.277	87.277	87.277
PRODUCTOS		ALMUERZO 1	ALMUERZO 2	ALMUERZO 3
PRECIO DE VENTA		2,96	2,13	2,41
COSTO DE PRODUCCIÓN		1,77	1,28	1,44
CONTRIBUCIÓN MARGINAL		1,18	0,85	0,96
MEZCLA DE VENTAS		33%	33%	33%
CONTRIBUCION PONDERADA		0,44	0,33	0,36
CONT. POND. TOTAL	1,13			
COSTOS FIJOS	150.260			
P.E. MEZCLA DE VENTAS	133.114			
P.E. POR PRODUCTOS		44.371	44.371	44.371

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 9: Ratios financieros – Expresado en dólares \$

RATIOS FINANCIEROS		
ROTACION DE ACTIVOS FIJOS		
VENTAS	654.135	3,70
ACTIVOS FIJOS	176.897,44	
MARGEN DE UTILIDAD		
UTILIDAD NETA	65.823	10%
VENTAS	654.135	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 10: Platillo 1 – Arroz con menestra y carne

Materia prima	Unidad de Medida	Cantidad	Insumo Unitario	Costo Total
ARROZ	LIBRA	12,00	0,60	7,2
LENTEJA	LIBRA	4,00	0,65	2,6
SAL	KG	0,10	0,10	0,01
AJO	CABEZA	20,00	0,25	5
HIERVITA	GRAMO	8,00	0,80	6,4
VERDE	UNIDAD	8,00	0,08	0,64
TOMATE	LIBRA	6,00	0,50	3
PIMIENTO	UNIDAD	4,00	0,50	2
CEBOLLA	UNIDAD	3,00	0,30	0,9
OREGANO	GRAMO	2,00	0,10	0,2
YERBABUENA	GRAMO	2,00	0,10	0,2
CARNE DE SOYA	LIBRA	8,00	2,00	16
ACEITE	LITRO	0,50	3,00	1,5
LECHE DE SOYA	UNIDAD			
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				45,65
PRODUCCIÓN	UNIDADES			50
COSTO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				0,91

Fuente: Estudio Financiero
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 11: Platillo 2 – Caldo de bola

Materia prima	Unidad de Medida	Cantidad	Insumo Unitario	Costo Total
YUCA	UNIDAD	8,00	0,20	1,60
VERDE	UNIDAD	40,00	0,08	3,20
CARNE DE SOYA	LIBRA	6,00	2,00	12,00
TOMATE	LIBRA	4,00	0,50	2,00
CEBOLLA	LIBRA	4,00	0,30	1,20
HIERVITA	GRAMO	2,00	0,10	0,20
YERBABUENA	GRAMO	2,00	0,10	0,20
ALBAHACA	GRAMO	2,00	0,10	0,20
ZANAHORIA	LIBRAS	4,00	0,25	1,00
ARVERJA	LIBRA	0,50	0,80	0,40
ACEITE	LITRO	0,50	3,00	1,50
PASAS	CAJA	8,00	1,50	12,00
MANI	LIBRA	2,50	1,25	3,13
SAL	KG	0,20	0,10	0,02
CHOCLO	UNIDAD	8,00	0,15	1,20
AJO	CABEZA	20,00	0,25	5,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				44,85
PRODUCCIÓN	UNIDADES			50
COSTO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				0,90

Fuente: Estudio Financiero
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 12: Platillo 3 – Arroz con puré y carne

Materia prima	Unidad de Medida	Cantidad	Insumo Unitario	Costo Total
PAPA	LIBRA	13	0,20	2,6
LECHE	LITRO	2	0,60	1,2
SAL	GRAMO	0,2	0,10	0,02
ARROZ	LIBRA	12	0,60	7,2
CARNE DE SOYA	LIBRA	8	2,00	16
ACEITE	LITRO	0,5	3,00	1,5
AJO	CABEZA	10	0,25	2,5
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				31,02
PRODUCCIÓN	UNIDADES			50
COSTO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				0,62

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 13: Platillo 4 – Arroz (choclo y zanahoria) con carne guisada

Materia prima	Unidad de Medida	Cantidad	Insumo Unitario	Costo Total
ARROZ	LIBRA	12,00	0,60	7,20
TOMATE	LIBRA	6,00	0,50	3,00
OREGANO	GRAMO	2,00	0,10	0,20
AJO	CABEZA	17,00	0,25	4,25
ACEITE	LITRO	1,50	3,00	4,50
CARNE DE SOYA	LIBRA	8,00	2,00	16,00
CHOCLO	UNIDAD	8,00	0,15	1,20
ZANAHORIA	LIBRAS	4,00	0,25	1,00
SAL	GRAMO	0,20	0,10	0,02
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				37,37
PRODUCCIÓN	UNIDADES			50
COSTO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				0,75

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 14: Platillo 5 – Sopa de lenteja

Materia prima	Unidad de Medida	Cantidad	Insumo Unitario	Costo Total
LENTEJA	LIBRA	8,00	0,60	4,80
ZANAHORIA	LIBRA	4,00	0,25	1,00
CEBOLLA BLANCA	ATADO	1,00	1,80	1,80
AJO	CABEZA	15,00	0,25	3,75
ACEITE	LITRO	0,50	3,00	1,50
CARNE DE SOYA	LIBRA	6,00	2,00	12,00
SAL	UNIDAD	0,20	0,10	0,02
PAPA	LIBRA	8,00	0,20	1,60
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				26,47
PRODUCCIÓN	UNIDADES			50
COSTO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				0,53

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 15: Platillo 6 – Crema de haba

Material	Unidad de Medida	Cantidad	Insumo Unitario	Costo Total
HABA	LIBRA	8,00	1,30	10,40
ZANAHORIA	LIBRA	4,00	0,25	1,00
CEBOLLA BLANCA	ATADO	1,00	1,80	1,80
AJO	CABEZA	15,00	0,25	3,75
ACEITE	LITRO	0,50	3,00	1,50
SAL	UNIDAD	0,20	0,10	0,02
PAPA	LIBRA	8,00	0,20	1,60
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN				20,07
PRODUCCIÓN	UNIDADES			50
COSTO UNITARIO DE MATERIAS PRIMAS				0,40

Fuente: Estudio financiero
 Elaborado por: Alex Morán Navia

Anexo No. 16: Estado de Resultados – Expresado en dólares

<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	654.135	707.447	765.103	827.459	894.897	967.831	1.046.710	1.132.017	1.224.276	1.324.054
<u>COSTO DE PRODUCCIÓN</u>										
MATERIA PRIMA	358.578	387.802	419.408	453.590	490.557	530.538	573.777	620.540	671.114	725.809
MANO DE OBRA	26.493	27.817	29.208	30.669	32.202	33.812	35.503	37.278	39.142	41.099
CIF	7.410	7.780	8.169	8.578	9.007	9.457	9.930	10.426	10.948	11.495
Depreciación Equipos de computación	305	305	305	611	611	611	916	916	916	1.222
Depreciación Equipos de oficina	381	381	381	381	381	763	763	763	763	763
Depreciación Maquinarias y herramientas	891	891	891	891	891	891	891	891	891	891
Depreciación Muebles de Oficina	157	157	157	157	157	313	313	313	313	313
Depreciación Vehículos	1.095	1.095	1.095	1.095	1.095	2.190	2.190	2.190	2.190	2.190
Depreciación Infraestructura	3.646	3.646	3.646	3.646	3.646	3.646	3.646	3.646	3.646	3.646
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	398.956	429.876	463.261	499.618	538.547	582.222	627.929	676.964	729.923	787.429
UTILIDAD BRUTA	255.178	277.571	301.842	327.842	356.350	385.610	418.780	455.053	494.353	536.626
<u>COSTOS OPERATIVOS</u>										
Gastos Administrativos	87.748	92.135	96.742	101.579	106.658	111.991	117.590	123.470	129.643	136.125
Gastos de Ventas	45.754	48.042	50.444	52.966	55.615	58.395	61.315	64.381	67.600	70.980
Gastos de Intereses	16.758	15.082	13.406	11.730	10.055	8.379	6.703	5.027	3.352	1.676
Depreciación Equipos de computación	1.222	1.222	1.222	2.443	2.443	2.443	3.665	3.665	3.665	4.886

Depreciación Equipos de oficina	1.086	1.086	1.086	1.086	1.086	2.171	2.171	2.171	2.171	2.171
Depreciación Muebles de Oficina	403	403	403	403	403	806	806	806	806	806
Depreciación Vehículos	1.713	1.713	1.713	1.713	1.713	3.426	3.426	3.426	3.426	3.426
Depreciación Infraestructura	1.215	1.215	1.215	1.215	1.215	1.215	1.215	1.215	1.215	1.215
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	155.898	160.898	166.231	173.136	179.187	188.827	196.892	204.161	211.878	221.286
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	99.280	116.673	135.611	154.706	177.163	196.783	221.889	250.892	282.475	315.340
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	14.892	17.501	20.342	23.206	26.574	29.517	33.283	37.634	42.371	47.301
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS RENTA	84.388	99.172	115.270	131.500	150.588	167.266	188.605	213.258	240.104	268.039
22% IMPUESTO RENTA	18.565	21.818	25.359	28.930	33.129	36.798	41.493	46.917	52.823	58.969
UTILIDAD NETA	65.823	77.354	89.910	102.570	117.459	130.467	147.112	166.341	187.281	209.070

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Alex Morán Navia



Anexo No. 17: MODELO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

Buenos días, soy un estudiante de la UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA, de la carrera de INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL, y estoy conversando con personas importantes como usted sobre temas de mucho interés, toda información que me proporcione será de mucha utilidad para el progreso de mi investigación.

SEXO: MASCULINO FEMENINO
PROFESIÓN: _____ **OCUPACIÓN:** _____
DIRECCIÓN: _____ **EDAD:** _____
FECHA: _____

1. ¿Cree que Salinas es considerado un atractivo turístico?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

2. ¿El turismo en Salinas ha mejorado a través del tiempo?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

3. ¿El Cantón Salinas ha tenido un progreso económico considerable?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

4. ¿La variedad del menú de platillos de Salinas cumple con las expectativas de los turistas?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

5. ¿Cree usted que es importante alimentarse?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

6. ¿La nutrición es fundamental para el adecuado funcionamiento del organismo?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

7. ¿Lo que comemos influye en nuestra salud?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

8. ¿La alimentación que no es adecuada va de la mano con los vegetales?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

9. ¿Los locales de comida rápida han aumentado en número en el Cantón Salinas?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

10. ¿Cree usted que la comida sana se aplica en la mayoría de los hogares Salinenses?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

11. ¿Ha escuchado acerca de la comida vegetariana?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

12. ¿Ha escuchado sobre los tipos de dietas vegetarianas?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

13. ¿Sabe usted que la comida vegetariana se puede utilizar en todo tipo de platillo?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

14. ¿Ha escuchado de personas que se hayan beneficiado de la comida vegetariana?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

15. Si se creara un restaurante en Salinas que ofrezca comida vegetariana, ¿usted o visitaría?

- a) Siempre
- b) A menudo
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

Muchas gracias por su participación, que tenga un excelente día



Anexo No. 18: MODELO DE ENTREVISTA A AUTORIDADES



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS** **CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

Buenos días, soy Alex Xavier Morán Navia, estudiante egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial y estoy conversando con personas importantes como usted sobre unos temas de mucho interés, toda información que nos proporcione será de gran utilidad para el desarrollo de la presente investigación. Por favor conteste adecuadamente todas las preguntas.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Género:

Dependencia:

Cargo:

Años en el cargo:

Profesión:

Dirección:

CONTENIDO GENERAL:

- 1. Tomando en cuenta que el Cantón Salinas es un balneario con alta acogida turística, ¿usted cree que el comercio ha aumentado con el transcurrir de los años?**

- 2. ¿Qué actividad económica le parece a usted que ha despuntado más estos últimos años en el sector?**

- 3. ¿Cree usted que los restaurantes son una importante fuente de empleo para el Cantón?**

- 4. Cuando usted escucha restaurante en Salinas, ¿qué nombre se le viene a la mente?**

- 5. ¿Cree que los restaurantes cumplen con las exigencias del turista?**

- 6. ¿Cree que la nutrición es un elemento importante en los platillos que se expenden en los diversos restaurantes del cantón Salinas?**

- 7. ¿Qué es lo que más le impulsa a cenar o almorzar fuera de casa?**

- 8. ¿Qué sería más beneficioso para la sociedad salinense?, ¿un restaurante de comida rápida o uno de comida vegetariana?**

- 9. ¿Qué impacto cree que causaría la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana en el Cantón Salinas?**

- 10. ¿Con cuánta frecuencia usted asistiría a este tipo de restaurantes?**

- 11. ¿Qué recomendación le daría a quien establezca una empresa restaurantera de este tipo?**

Muchas gracias por su amable atención.

Anexo No. 19: Entrevista a Proveedores



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERIA EN DESARROLLO
EMPRESARIAL



Buenos días, soy Alex Xavier Morán Navia, estudiante egresado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial y estoy conversando con personas importantes como usted sobre unos temas de mucho interés, toda información que nos proporcione será de gran utilidad para el desarrollo de la presente investigación. Por favor conteste adecuadamente todas las preguntas.

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre:

Género:

Años en la labor:

Profesión:

Dirección:

CONTENIDO GENERAL:

- 1. A su parecer, ¿cuáles son los negocios que más compran sus productos?**

- 2. ¿Cree que los restaurantes son una fuente de empleo importante para la Provincia de Santa Elena?**

- 3. Cuando usted escucha restaurante en Salinas, ¿qué nombre se le viene a la mente?**

- 4. ¿Cree que los restaurantes cumplen con las exigencias del turista?**

5. ¿Cree que la nutrición es un elemento importante en los platillos que se expenden en los diversos restaurantes del cantón Salinas?

6. ¿Qué es lo que más le impulsa a cenar o almorzar fuera de casa?

7. ¿Qué sería más beneficioso para la sociedad salinense?, ¿un restaurante de comida rápida o uno de comida vegetariana?

8. ¿Qué impacto cree que causaría la creación de un Restaurante de Comida Vegetariana en el Cantón Salinas?

9. ¿Con cuánta frecuencia usted asistiría a este tipo de restaurantes?

10. ¿Qué recomendación le daría a quien establezca una empresa restaurantera de este tipo?

Muchas gracias por su amable atención.

Anexo No. 20: CARTA AVAL



**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**



OFICIO-CIDE-AT-0009-2013

La Libertad, Agosto 21 del 2013

Señora Ingeniera
MERCEDES FREIRE RENDÓN, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA UPSE
En su despacho.-

Por medio del presente, comunico a usted que, luego de la evaluación de Proyecto presentado por el estudiante **MORAN NAVIA ALEX XAVIER**, denominado **PROPUESTA DE CREACION DE UN RESTAURANTE DE COMIDA VEGETARIANA EN EL CANTON SALINAS PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2013**, se encuentra dentro de los sectores priorizados de la agenda de desarrollo productivo del Gobierno Nacional, por lo tanto a través del Centro y con el apoyo de las diferentes entidades de Gobierno, es posible la puesta en marcha de dicho proyecto.

Atentamente

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
**CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Y APOYO AL EMPRENDIMIENTO**