



CARRERA: GASTRONOMÍA

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante basado en la cocina tradicional de la provincia de Loja, de la zona de los Saraguros, en el sector de Quitumbe en la ciudad de Quito”

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del Título de Tecnólogo Superior en Gastronomía.

AUTOR: DAVID ALEXANDER OSTAIZA SANDOVAL

**DIRECTOR:
CHEF CARLOS ANDRES CHAVEZ ACOSTA**

D.M. Quito, agosto 2022

DEDICATORIA

En primer lugar, agradezco a Dios por darme vida y salud cada día y hacer posible que cumpla una de mis metas y por haberme otorgado una buena familia.

A mi abuela, quien fue la principal persona y formadora de mi vida, sus enseñanzas y consejos me han formado para ser un hombre de bien, inculcando en mí, amor y pasión por la cocina.

A mi madre, Lilia Sandoval, que es el pilar fundamental en mi vida, con esfuerzo, lucha y dedicación además de la paciencia, respeto y sobre todo con amor, ha inculcado valores desde muy pequeño, enseñándome a ser una persona humilde, sencillo y respetuoso.

A mi hermana Sandra Karina que ha estado junto a mí en cada paso que eh dado y me ha apoyado en todo y ha sido como una madre en todos los aspectos.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a dios. Por llenarme de vida y salud y permitirme estar un paso más cerca de cumplir mis metas.

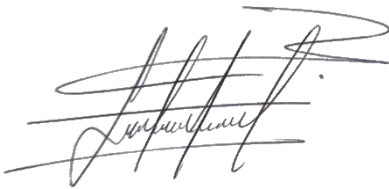
A mi madre quien con su sacrificio, esfuerzo y arduo trabajo día con día me brindo la oportunidad de estudiar esta maravillosa carrera.

A mi hermana por enseñarme las cosas que están bien y mal. Y forjarme en el camino del bien.

A mi abuela quien me crio con todos sus valores, costumbre y saberes culinarios de antaño y llenarme de pasión por la cocina.

AUTORIA

Yo, David Alexander Ostaiza Sandoval autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'David Alexander Ostaiza Sandoval', with a large, stylized flourish at the end.

Atentamente

(Alexander Ostaiza.)

Quito, agosto del 2022

CARLOS ANDRES CHAVEZ ACOSTA

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.



Carlos Andrés Chávez Acosta

Quito, agosto del 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes clausulas:

PRIMERA: El Chef Carlos Chávez y por sus propios derechos en calidad de director del trabajo fin de carrera; y el Sr. Alexander Ostaiza por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - El Sr./Srta. David Alexander Ostaiza Sandoval realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante basado en la cocina tradicional de la provincia de Loja, de la zona de los Saraguros, en el sector de Quitumbe en la ciudad de Quito”** para optar por el título de, Tecnología Superior en Gastronomía en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de Chef Carlos Chávez.

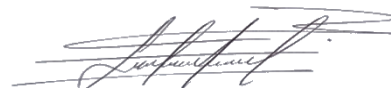
DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Chef Carlos Chávez, en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Sr. Alexander Ostaiza, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante basado en la cocina tradicional de la provincia de Loja, de la zona de los Saraguros, en el sector de Quitumbe en la ciudad de Quito ”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.



Chef: Carlos Chávez



Alexander Ostaiza

Quito, agosto del 2022.

ÍNDICE

PORTADA	1
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIA	4
CERTIFICACION	5
ACTA DE CESION DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	6
INDICE DE TABLAS	11
RESUMEN	15
INTRODUCCION	16
<i>Nombre del proyecto</i>	16
<i>Antecedentes</i>	16
<i>Marco contextual</i>	18
<i>Análisis macro</i>	18
<i>Análisis meso</i>	18
<i>Análisis micro</i>	18
Problema de investigación	18
<i>Definición del problema</i>	19
<i>Idea a defender</i>	19
<i>Objeto de estudio y campo de acción</i>	20
Justificación	20
Objetivos	21

<i>Objetivo General</i>	21
<i>Objetivos Específicos</i>	21
CAPITULO I: FUNDAMENTACION TEORICA	22
<i>Antecedentes históricos</i>	22
<i>Análisis de la zona de estudio</i>	23
<i>Fundamentación Conceptual</i>	23
<i>Fundamentación Legal</i>	26
CAPITULO II: DIAGNOSTICO	30
Tipos de investigación	30
<i>Investigación explorativa</i>	30
<i>Investigación descriptiva</i>	30
Métodos de investigación.....	31
<i>Método Cuantitativo:</i>	31
<i>Método Cualitativo:</i>	31
<i>Método Inductiva:</i>	32
<i>Método Deductivo:</i>	32
<i>Método Sintético:</i>	33
Técnicas e instrumentos de investigación	33
<i>Técnicas de Observación:</i>	33
<i>Grupos Focales:</i>	34
<i>Análisis General del Focus Group:</i>	40
Encuesta:	41
<i>Plan de muestreo:</i>	41

<i>Análisis de las encuestas:</i>	43
<i>Análisis General:</i>	51
<i>Entrevista:</i>	51
<i>Análisis de la entrevista:</i>	53
CAPITULO III: PROPUESTA.....	57
<i>Descripción de la propuesta</i>	57
Viabilidad.....	57
<i>Viabilidad social:</i>	57
<i>Viabilidad ambiental:</i>	57
<i>Viabilidad laboral:</i>	58
Desarrollo de la propuesta	58
<i>Misión:</i>	58
<i>Visión:</i>	59
<i>Meta:</i>	59
<i>Estrategias:</i>	59
<i>Estrategias de Difusión y Marketing:</i>	59
FODA.....	61
<i>Segmentación de clientes:</i>	61
Localización de la empresa	62
Desarrollo Organizacional	63
<i>Tipo de Estructura</i>	63
<i>Organigrama Empresarial</i>	63
Funciones del Personal	64

Desarrollo de la Marca	67
<i>Línea Gráfica</i>	67
<i>Aplicación de logo</i>	68
<i>Canal de distribución y puntos de ventas</i>	68
<i>Fijación de precios</i>	69
<i>Catálogo de Qallariy</i>	74
Estudio Financiero	75
<i>Plan de inversión</i>	77
<i>Punto de equilibrio</i>	79
<i>Análisis del punto de equilibrio</i>	80
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES	82
REFERENCIAS.....	83
APENDICE 1	85
ANEXOS	86
<i>Anexos de encuestas</i>	86
<i>Anexos de Focus Group</i>	88
<i>Anexos de equipo de cocina</i>	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1, Focus Group.....	36
Tabla 2. Pregunta 2 Focus Group.....	37
Tabla 3. Pregunta 3 Focus Group.....	38
Tabla 4. Pregunta 4 Focus Group.....	39
Tabla 5. Pregunta 5 Focus Group.....	40
Tabla 6. Pregunta 1. Encuesta	43
Tabla 7. Pregunta 2. Encuesta	44
Tabla 8. Pregunta 3. Encuesta	45
Tabla 9. Pregunta 4. Encuesta	46
Tabla 10. Pregunta 5. Encuesta	47
Tabla 11. Pregunta 6. Encuesta	48
Tabla 12. Pregunta 7. Encuesta	49
Tabla 13. Pregunta 8. Encuesta	50
Tabla 14. Pregunta 9. Encuesta	51
Tabla 15. Pregunta 10. Encuesta	52
Tabla 16. Metas	59
Tabla 17. Foda.....	61
Tabla 18. Méritos aspectos a considerar, Gerente Chef.....	64
Tabla 19. Méritos aspectos a considerar, Ayudante De Cocina.....	65
Tabla 20. Méritos aspectos a considerar, Cajero/Mesero.....	66
Tabla 21. Receta estándar de costos Repe lojano	70
Tabla 22. Receta estándar de costos Cecina lojana	71
Tabla 23. Receta estándar de costos Tamal lojano	72
Tabla 24. Receta estándar de costos Ají de pepa de sambo	73
Tabla 25. Activos Fijos E.C.	75
Tabla 26. Equipos Industriales	76
Tabla 27. Muebles y Enseres	76

Tabla 28. Activos Fijos	76
Tabla 29. Activos Diferidos	76
Tabla 30. Gastos de Constitución.....	77
Tabla 31. Capital de Trabajo	77
Tabla 32. Totales sueldos, decimos, anuales	77
Tabla 33. Servicios Básicos	77
Tabla 34. Materiales de Oficina	78
Tabla 35. Materiales de Limpieza.....	78
Tabla 36. Arriendo	78
Tabla 37. Total Inversión	78
Tabla 38. Costos Fijos.....	79
Tabla 39. Margen de Contribución	79
Tabla 40. Costo Fijo y Margen de Contribución	79
Tabla 41. Punto de equilibrio	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Focus Group	34
Ilustración 2 Focus Group	34
Ilustración 3 Focus Group	34
Ilustración 4 Focus Group	34
Ilustración 5 Regunta 1, Gráfico Lineal.	36
Ilustración 6 Pregunta 2, Gráfico Lineal.	37
Ilustración 7 Pregunta 3, Gráfico Lineal.	38
Ilustración 8 Pregunta 4, Gráfico Circular	39
Ilustración 9 Pregunta 5, Gráfico Lineal.	40
Ilustración 10 Pregunta 1 Gráfico Circular.	43
Ilustración 11 Pregunta 2, Gráfico Circular	44
Ilustración 12 Pregunta 3, Gráfico Lineal. Encuesta.....	45
Ilustración 13 Pregunta 4, Gráfico Circular. Encuesta.....	46
Ilustración 14 Pregunta 5, Gráfico Circular. Encuesta.....	47
Ilustración 15 Pregunta 6, Gráfico Circular. Encuesta.....	48
Ilustración 16 Pregunta 7, Gráfico Circular. Encuesta.....	49
Ilustración 17 Pregunta 8, Gráfico Circular. Encuesta.....	50
Ilustración 18 Pregunta 9, Gráfico Circular. Encuesta.....	51
Ilustración 19 Pregunta 10, Gráfico Circular. Encuesta.....	52
Ilustración 20 Empaques Biodegradable.....	58
Ilustración 21 Empaques Biodegradables	58
Ilustración 22 Ubicación del establecimiento	62
Ilustración 23 Lugar del Establecimiento.....	62
Ilustración 24 Orgrama empresarial.....	63
Ilustración 25 Colores de la marca.	63
Ilustración 26 Logo Horizontal	68
Ilustración 27 Logo Principal.....	68

Ilustración 28 Logo Isotipo	68
Ilustración 29 Catalogo Qallariy	74
Ilustración 30 Menu Logo marca	74
Ilustración 31 Menu Entrada	74
Ilustración 32 Menu Plato Fuerte	74
Ilustración 33 Menu Postre	75
Ilustración 34 Punto de Equilibrio	79
Ilustración 35 Anexo focus group	88
Ilustración 36 Anexo focus group	88
Ilustración 37 Anexo focus group	88
Ilustración 38 Anexo Equipos	89
Ilustración 39 Anexo Equipos	89
Ilustración 40 Anexo Equipos	89
Ilustración 41 Anexo Equipos	90
Ilustración 42 Anexo Equipos	90
Ilustración 43 Anexo Equipos	90
Ilustración 44 Anexo Equipos	91
Ilustración 45 Anexo Equipos	91
Ilustración 46 Anexo Equipos	91

RESUMEN

El proyecto de la creación de un restaurante gastronómico lojano en el sector de Quitumbe, nace de la necesidad de los consumidores en encontrar un lugar donde degustar la variada y amplia gastronomía lojana. Esta iniciativa pretende rescatar y dar a conocer los platillos más representativos de esta ciudad. Se analizarán los antecedentes de la gastronomía local en el Ecuador, especialmente en el Distrito Metropolitano de Quito lo cual permitirá el desarrollo del proyecto. Se realizará encuestas y entrevistas para comprobar la aceptación de este tipo de negocio en el sector y definir la propuesta en donde se detalla la visión, la misión y el FODA, parte fundamental para la creación del establecimiento, de igual manera los cargos y funciones de los colaboradores, así mismo la parte legal para constituir el negocio. Por último, se realizará un estudio financiero, a través de este se podrá dar a conocer la viabilidad y rentabilidad del negocio.

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de un restaurante basado en la cocina tradicional de la provincia de Loja, de la zona de los Saraguros, en el sector de Quitumbe en la ciudad de Quito”

Antecedentes.

La historia de la gastronomía se remonta a la antigüedad clásica, cuando surgieron los primeros recetarios, en parte impulsados por la presencia en la Roma Imperial de alimentos provenientes de diversos rincones de África, Asia y Europa del norte. Esto sin duda tuvo su impacto en la Revolución Francesa de 1789. Uno de los mayores tratados gastronómicos de la época fue Arte de cocina, pastelería, bizcochería y conservería (1611) del español Francisco Martínez Motiño. Ya en la Edad Contemporánea, la gastronomía se popularizó y dejó de ser exclusiva de los sectores aristocráticos. Sin embargo, eventualmente se convirtió de nuevo en una marca de clase y distinción, solo que esta vez a manos de la burguesía. Con el nacimiento de los restaurantes y de las conservas (durante la Revolución Industrial), un paradigma alimenticio cambió para siempre en Occidente, tal y como lo reseñaron Brillat Savarin (Fisiología del gusto, 1826) o Alexandre Dumas (Le Grand Dictionnaire de Cuisine, 1873). (Fuente: <https://concepto.de/gastronomia/#ixzz7YqW2e6wb>).

El desarrollo de este proyecto permitirá rescatar y exteriorizar la cultura gastronómica autóctona de la provincia, considerando que la gastronomía no es simplemente el conjunto de técnicas de cocción, sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea del cual obtienen sus alimentos, el modo como los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con su preparación y consumo, tomando en cuenta que el Ecuador es un país pluricultural multiétnico, es necesario rescatar la cultura autóctona de los pueblos, y dentro de la misma su gastronomía como de alimento y subsistencia. (Andrade, M. 2012).

Debido a su ubicación geográfica, la gastronomía de esta zona es apreciada por muchos, pero a la vez es un tanto olvidada debido a que se dificulta poder realizar, un viaje de 13 horas, pero vale la pena arriesgarse a realizar este viaje la verdad es que si, no tan solo por su variada y atractiva oferta gastronómica, sino por la experiencia que nos brinda la misma conocer los orígenes y degustar la extraordinaria comida, que ha pasado de generación en generación.

El paso del tiempo no ha dejado de lado que la sazón nativa de la etnia Saraguro desaparezca, ya que se ha preservado su mítico arte culinario representativo de este cantón lojano, la combinación de aromas y sabores en sus platos es única porque nos brinda el placer de ser degustados y mantener viva la herencia culinaria de un pueblo ancestral. (Andrade, M 2012)

Como todo pueblo mantiene sus costumbres y tradiciones gastronómicas, ya que este cantón se caracteriza por tener una comida auténticamente elaborada

principalmente en ollas, cazuelas, cantaros, piedras de moler, tiestos de asado, cedazos entre otros ya que al mantener el proceso de elaboración mantiene viva su tradicional cocina y puede brindar a los usuarios la experiencia única y digna de representativa de este pueblo y nuestro país.

Análisis macro:

Reconstrucción de la herencia cultural gastronómica endémica de los Saraguros para reforzar los conocimientos y procesos de la elaboración de los platos tradicionales rediseñando un recetario que recopile y sustente dicha información.

Análisis meso:

Determinar las causas por las cuales se ha generado desinterés por la preservación del patrimonio culinario por parte de las nuevas generaciones.

Análisis micro:

Establecer un precedente sobre la potencialidad de la gastronomía Lojana (Saraguros), mediante la implementación de un establecimiento que fomente su cocina.

Problema a tratar.

El problema a tratar en el presente proyecto de factibilidad es un tanto complejo ya que por la situación que nos encontramos (pandemia por Covid) y nuestra ubicación geográfica, dificultan el acceso a la información necesaria,

mediante la presente lo que buscamos es enfatizar y promover la gastronomía autóctona de nuestro país, para preservar una herencia cultural que a lo largo de los años se ha transformado y ha ido desapareciendo.

La gastronomía ecuatoriana mayormente se ha enfocado en distintos puntos de nuestro país, razón por la cual la cultura gastronómica de algunas provincias es desconocida para propios y extraños, perdiendo espacio y tradición dentro de las familias ecuatorianas.

Dentro de este contexto encontramos al pueblo de los saraguros ubicado al sur de nuestro país, un pueblo con tradición gastronómica ancestral y autóctona basados en estos antecedentes queremos marcar un precedente en la historia culinaria de los saraguros. Buscando dar a conocer la gastronomía y cultura del pueblo, de esta manera contribuir al fortalecimiento de su cocina tradicional, generando interés en turistas nacionales e internacionales.

Idea a defender.

Mediante el presente proyecto de factibilidad lo que se busca es establecer y generar un interés en la promulgación de las recetas y procesos sobre la elaboración de su cocina tradicional. Buscando alcanzar el objetivo establecido fomentando una cultura gastronómica que ha logrado sobrevivir a lo largo de los años con una escasa difusión.

Revalorizar y potenciar esta herencia gastronómica es uno de los puntos importantes, para la conservación de una cultura y herencia gastronómica representativa del pueblo Saraguro.

Objeto de estudio y campo de acción.

Objeto de estudio: aceptación de un establecimiento gastronómico lojana en el sector de Quitumbe en el Distrito Metropolitano de Quito.

Campo de acción: Personas de 20 a 64 años de edad, que se encuentren en el sector de Quitumbe y parroquias aledañas.

Justificación.

Con el desarrollo de este proyecto de implementación de un restaurante de cocina tradicional lojana, se pretende demostrar que a travez del tiempo y a lo largo de los años sea el resultado de la combinación y preservación de nuestros productos locales para la gastronomía ancestral es viable. La cocina ecuatoriana actual es el resultado de la transformación de culinaria antigua, en la que se combinan, costumbres, aromas y sabores autóctonos propias de nuestra región.

Para entrar más en contexto, la iniciativa de desarrollar un establecimiento que ofrezca la experiencia de degustar la tradicional y autóctona cocina lojana, dándonos a conocer los orígenes de su cultura gastronómica.

Es importante la conservación de este patrimonio culinario propio de la región sur del país, siendo indispensable para su difusión el uso de plataformas digitales, esperando que sea del agrado del público.

Objetivos.

Objetivo general:

Implementar un restaurante enfocado en la gastronomía tradicional Lojana, mediante un diagnóstico de la zona de estudio, para obtener clientes potenciales en el sector de Quitumbe, Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos:

- Investigar las bases teóricas que sustenten la implementación del negocio.
- Identificar el mercado comercial al que se ofertaran los productos gastronómicos.
- Elaborar la propuesta del negocio de acuerdo al mercado seleccionado.

Síntesis de la introducción:

En este capítulo se determinó el impacto que ha tenido la gastronomía local, tanto en sus preferencias como métodos de compra. Lo cual permite identificar el problema y definir la idea a defender y donde se la va a ejecutar. También se realizó los objetivos tanto como general y específicos que permitan un buen desarrollo del proyecto, empezando por la fundamentación teórica.

CAPITULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos:

La gastronomía a lo largo de los años se ha ido desarrollando de distintas maneras, como lo indica con la llegada del siglo XX y la producción masiva de alimentos, la gastronomía se diversificó enormemente, distinguiendo entre otras cosas la cocina “de autor” o de restaurantes “artísticos”, de la fast food. En este marco nació la nouvelle cuisine, que intenta juntar tradición y sencillez en una nueva forma de cocinar. Con el Renacimiento europeo, la gastronomía cobró aún mayor realce, especialmente en Francia, donde el barroco y la dinastía borbónica fomentaron las artes del buen comer entre la nobleza, incluso en las épocas en que la plebe pasaba hambre.

Esto sin duda tuvo su impacto en la Revolución Francesa de 1789. Uno de los mayores tratados gastronómicos de la época fue Arte de cocina, pastelería, bizcochería y conservería (1611) del español Francisco Martínez Motiño.

Ya en la Edad Contemporánea, la gastronomía se popularizó y dejó de ser exclusiva de los sectores aristocráticos. Sin embargo, eventualmente se convirtió de nuevo en una marca de clase y distinción, solo que esta vez a manos de la burguesía.

Con el nacimiento de los restaurantes y de las conservas (durante la Revolución Industrial), un paradigma alimenticio cambió para siempre en Occidente, tal y

como lo reseñaron Brillat Savarin (Fisiología del gusto, 1826) o Alexandre Dumas (Le Grand Dictionnaire de Cuisine, 1873).

La gastronomía nos brinda la oportunidad de incorporar al contexto artístico y cultural un aspecto que formalmente pareciera descuidado, que es el de la cocina. Aunque no está contemplada entre las Bellas Artes, el arte culinario es sin duda uno de los más extensamente practicados y con mayores matices, variantes y bagaje cultural de la humanidad. (<https://concepto.de/gastronomia/#ixzz7YrkYFjj4>).

La gastronomía nacional a lo largo del tiempo originó los platos más representativos de cada región con su respectiva forma de preparación. La gastronomía de Ecuador está más representada en el exterior por sus ingredientes que por sus platos típicos tradicionales. Productos de mar, como el camarón, langostinos y el cacao, priorizan en presentaciones realizadas en festivales y ferias internacionales, de la mano de chefs que promueven la cocina nacional.

Análisis de la zona de estudio.

El barrio de Quitumbe está ubicado en la zona sur de la ciudad de Quito, actualmente pertenece a la parroquia urbana Quitumbe y la administración zonal Quitumbe del municipio de la ciudad. Fue creada en 2001, constituye a un espacio estratégico y significativo por ser una de las entradas a la ciudad de Quito tiene una población total de 39.458 habitantes con un crecimiento demográfico del 13,50 % hasta 2020. (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2019, <http://www.patrimonio.quito.gob.ec/>).

Fundamentación conceptual.

Cocina: es el sitio en el cual se prepara la comida. Puede ser el ambiente dedicado a esa tarea en un hogar o el espacio específico en un restaurante, por ejemplo. En la cocina, por lo general, pueden lavarse, cortarse, hervirse, asarse, fritarse o guisarse los alimentos. (definición de cocina, recuperado de <https://conceptodefinicion.de/cocina/>.)

Cocción: es un proceso en el cual los alimentos se preparan con la ayuda de la acción térmica, estos experimentan cambios físicos, químicos y/o biológicos, que involucran alteraciones en su aspecto, textura, composición química, sabor y valor nutritivo, todo con la función de convertirlos en algo más digerible, apetecible, nutritivo y saludable debido a la destrucción de agentes patógenos y microorganismos. Para que la cocción se efectúe se necesitan ciertos generadores de calor, entre ellos: hornos, parrillas, freidoras, olla de cocción lenta, baño María, cocedor de vapor, ollas, cocinas o fogones, sartenes, entre otros. Pérez, Mariana. (Última edición: 2 de agosto del 2021)

Elaboración: es el proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos u cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad. La elaboración puede darse sobre materias primas y otros objetos materiales, como también en espacios teóricos como cuando se habla de elaboración de hipótesis, discursos o teorías. La elaboración es entonces la primera instancia de construcción de cualquier tipo de producto humano ya que

es en ella en la cual se da forma a lo que posteriormente se transformará en el resultado de la operación. [...] | (vía Definición ABC <https://www.definicionabc.com/social/elaboracion.php>)

Conservación: La Conservación de alimentos es un conjunto de procedimientos y recursos para preparar y envasar los productos alimenticios con el fin de guardarlos y consumirlos mucho tiempo después. El objetivo principal de la conservación de alimentos es prevenir o retardar el daño causado por los microbios, y por ende, su efecto nocivo sobre el alimento. Para ello, es necesario aplicar un adecuado tratamiento; los alimentos sometidos a este tratamiento son llamados conservas alimenticias. (definición de conservación, recuperado de <https://conceptodefinicion.de/conservacion/>.)

Tradición: Se define como gastronomía o cocina tradicional a toda la tradición culinaria (es decir, técnicas culinarias, producción, procesado y consumo de alimentos y bebidas, y preparaciones culinarias) que se transmiten de madres y padres a hijas e hijos. (Kristbergsson, K.; Oliveira, J. (2016). Traditional Foods: General and Consumer Aspects)

Sabor: El concepto de sabor es realmente muy usado en nuestra lengua porque con el referimos lo gustosa o lo desagradable que puede ser una comida, un alimento, entre otras cuestiones que pasan por nuestro sentido del gusto. Propiedad de sustancias o de alimentos que podemos percibir a través del sentido del gusto. El gusto es justamente uno de los cinco sentidos corporales que disponemos las personas y el que nos permite percibir a ciencia cierta como sabe una sustancia. Mientras tanto, el sabor será la propiedad que ostentan

algunas sustancias y que percibimos a través del mencionado sentido del gusto.

[...] | (vía Definición ABC <https://www.definicionabc.com/general/sabor.php>)

Aroma: Os explicamos un poco el mundo de los aromas alimentarios y su uso adecuado en cocina o repostería. Los aromas alimentarios, también conocidos como esencias alimentarias, concentrados, saborizantes, extractos de sabor o emulsiones, proporcionan un sabor característico a los productos además de un ligero olor. Estos aromas forman parte de la mayoría de alimentos que consumimos hoy en día. Suelen ser el componente con menor porcentaje dentro de la lista de ingredientes, pero su presencia o no determinará por completo el sabor final del producto.

Presentación: Primero a lo básico, la presentación es la acción de ubicar los elementos de una preparación alimenticia en un plato u otro con el fin de otorgar la comodidad al comensal para que le sea fácil y placentero consumirlo. En el fondo, en épocas pasadas era así, poner la comida al plato en trozos distribuidos para que al cliente le fuera fácil comerlo; con el paso del tiempo y la evolución de las artes el montaje tomo riendas artísticas, el cocinero busca además de facilitar, sorprender y emocionar al presentar verdaderas piezas comestibles. Aunque en la actualidad, encontramos ocasiones en donde piensan más en la estética que en el sabor, y eso es lamentable ya que comer un plato con un bello montaje de sabor y técnica mediocre es desagradable. (Heinz Wuth el mayo 28, 2019).

Fundamentación Legal

Para mantener la formalidad del negocio se debe de seguir las normas, para obtener los requisitos necesarios como documentos y permisos de funcionamiento de esta manera podrá elaborar sin inconvenientes de que lo clausuren.

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Para que la empresa cumpla con todas las obligaciones tributarias es indispensable obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC), el mismo que se adquiere bajo los siguientes requisitos obligatorios (Guía Oficial de Trámites y Servicios, 2022, <https://www.gob.ec/>):

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.

De acuerdo al Tercer Suplemento Registro Oficial N° 587 del 29 de noviembre 2021, los negocios populares que tengan ingresos brutos de hasta \$20,000.00, cancelan una cuota única de \$60,00 al año, donde incluye el pago del IR e IVA, emite notas de venta, no son agentes de retención, se les debe retener el 0% (Registro Oficial, 2021), por lo cual el negocio los primeros años entra en el Régimen RIMPE Populares, y no cobra IVA en sus productos.

Patente Municipal:

Para obtener la Patente Municipal debe cumplirse los siguientes requisitos (Permisos Quito, 2022, <https://permisosquito.com/>):

- Inscripción del RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Formulario de Inscripción de RAET o Patente Municipal para personas naturales o jurídicas.
- Número de predio del domicilio tributario de la persona natural o jurídica.
- Copia de la cédula, de ambos lados.
- Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
- Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.
- Copia del carnet de discapacidad (si es que aplica).
- Copia del carnet de artesano calificado (si es que aplica).

Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

Es necesario que la empresa obtenga la Licencia Única de Actividades Económicas, para lo cual se debe cumplir con los siguientes requisitos (Permisos Quito, 2022, <https://permisosquito.com/>):

- Formulario de Solicitud de LUAE.
- Formulario Reglas técnicas de arquitectura y urbanismo.
- Pago de la patente municipal.
- Copia de la cédula, de ambos lados.
- Copia de papeleta de votación, de ambos lados.
- Copia de la factura de un servicio básico del domicilio tributario.

- Foto del Rótulo, medidas y materiales del mismo.
- Autorización del dueño del predio, en el que le permite colocar el rótulo.

Inspección del Cuerpo de Bomberos

Este permiso esta dado bajo la inspección y autorización del cuerpo de bomberos con el objetivo de precautelar la integridad de los consumidores. Para la obtención de este documento se deberá presentar los siguientes requisitos (Guía Oficial de Trámites y Servicios, 2022, <https://www.gob.ec/>):

- Formulario de solicitud de inspección en la recaudación del cuerpo de bomberos.
- Permiso de funcionamiento emitido por el Municipio.
- Copia del RUC.
- Copia de la papeleta de votación del Representante Legal.

Agencia de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria / ARCSA

Es indispensable para el funcionamiento de la empresa, adquirir el permiso otorgado por el ARCSA, se debe presentar los siguientes requisitos para su obtención (Permisos Quito, 2022, <https://permisosquito.com/>):

- Crear el usuario y contraseña en la siguiente página <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/>.
- Declarar el año en curso.
- Llenar datos de Establecimiento.
- Buscar actividad económica del establecimiento.

- Aceptar y declarar.
- Acercarse al Banco del Pacífico o BanEcuador con el comprobante de ARCSA después de 24 horas.
- Al cabo de 48 horas revisar el portal del ARCSA para obtener su permiso de funcionamiento.

Síntesis del capítulo

En este capítulo se desarrolla la parte de fundamentación teórica a través de la investigación, en el cual define los antecedentes de la gastronomía y el impacto que ha tenido en Ecuador. Además, consta de la fundamentación conceptual donde se define las palabras básicas de la gastronomía, así también la parte legal que se requiere para ejecutar el negocio en el siguiente capítulo de diagnóstico.

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO

Tipos de investigación.

Investigación explorativa:

La investigación exploratoria tiene como objetivo la aproximación a fenómenos novedosos. Siendo su objetivo obtener información que permita comprenderlos mejor; aunque posteriormente esta no sea concluyente (Economipedia, 2020, <https://economipedia.com/>).

En la presente investigación se aplicó métodos de investigación primaria como las encuestas, entrevista y focus group, para determinar las preferencias del público con respecto a establecimientos gastronómicos de cocina tradicional.

Investigación Descriptiva:

La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. Su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno (QuestionPro,2018, <https://www.questionpro.com/>).

En la presente investigación se observó las preferencias de los clientes con respecto al consumo de alimentos en los tipos de establecimientos comerciales, también se recopiló información demográfica de los posibles clientes.

Métodos Investigación

Método cuantitativo:

La investigación cuantitativa es un método estructurado de recopilación y análisis de información que se obtiene a través de diversas fuentes. Este proceso se lleva a cabo con el uso de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar el problema de investigación. Las técnicas de investigación cuantitativa más utilizadas son las entrevistas y encuestas (QuestionPro,2017, <https://www.questionpro.com/>).

En la presente investigación se utilizaron instrumentos de recolección de datos la entrevista se realizó a un profesional del área gastronómica donde comento su experiencia en esta área y consejos para una mejor organización. La encuesta se realizó de manera virtual en donde se pudo obtener información sobre las preferencias del cliente.

Método Cualitativo:

La investigación cualitativa es un conjunto de técnicas de investigación que se utilizan para obtener una visión general del comportamiento y la percepción de las personas sobre un tema en particular. Genera ideas y suposiciones que pueden ayudar a entender cómo es percibido un problema por la población objetivo y ayuda a definir o identificar opciones relacionadas con ese problema. La técnica de investigación cualitativa más utilizada es el focus group (QuestionPro, 2022, <https://www.questionpro.com/>).

En la presente investigación se realizó el 11 de julio del 2022, un Focus Group con Chef. Gonzalo Castro – Gerente general de Koch Catering, Chef.

Erika Rivadeneira Sous chef de Koch Catering, Chef. Mario Segovia, jefe del departamento de alimentos y bebidas. En el cual, se empezó presentando los platillos del negocio detalladamente para que puedan degustar, luego dieron sus comentarios en voz alta, en el cual calificaron presentación, sabor y aroma textura, elaboración, procesos de cocción.

Método Inductiva:

La investigación inductiva utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares, aceptados como válidos para llegar a conclusiones cuya aplicación es de carácter general. El método se inicia con la observación individual de los hechos, se analiza la conducta y características del fenómeno, se hacen comparaciones, experimentos, etc., y se llega a conclusiones universales (UNAM, s.f.).

En la presente investigación se observó las preferencias de los clientes como accesibilidad, servicio, ubicación, decoración, que aceptan los consumidores mediante encuestas que se aplicaron a 80 personas.

Método Deductiva:

Es el razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular. Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual (UNAM, s.f.).

En la presente investigación se observó las preferencias, presentación, elaboración, diseño, aromas y sabores de los platos característicos para su aceptación llegando a la conclusión de lo que les gusta a los consumidores mediante una encuesta que se aplicaron a 80 personas.

Método Sintético:

Es el razonamiento que parte de un marco general de referencia hacia algo en particular. Este método se utiliza para inferir de lo general a lo específico, de lo universal a lo individual (UNAM, s.f.).

En el presente proyecto se realizó una síntesis de los resultados de las encuestas y focus group.

Técnicas e instrumentos de investigación.

Técnica de observación:

La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación. La observación está influida por el marco(s) teórico(s) que ha aprendido el psicólogo, y que, partiendo del mismo, va a influir en esa forma de observación que inicia el proceso de conocimiento de la persona que acude para ser diagnosticada y posteriormente intervenida. (L. Diaz. 2011)

Qallar estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el sur de la ciudad, Quitumbe. Ubicado en Av. Quitumbe Ñan y Av. Amaru Ñan. Debido al gran flujo de personas que acuden a realizar trámites en la plataforma gubernamental y su accesibilidad del mismo considerando que es un espacio estratégico para degustar de una comida tradicional.

Grupos Focales:

Un focus group es un pequeño grupo de participantes cuidadosamente seleccionados que contribuyen a discusiones abiertas para una investigación. Este grupo es una representación de la población general a la que pretenden dirigirse. El grupo puede analizar nuevos productos, actualizaciones de características u otros temas de interés para generalizar la reacción de toda la población (QuestionPro, 2016, <https://www.questionpro.com/>).}

La presente investigación se realizó el 03 de agosto del 2022, un Focus Group con Chef, Mario Segovia – Chef Ejecutivo de KOCH Catering y Eventos, Chef Erika Rivadeneira Sous Chef, de KOCH Catering, Chef Repostera, Cecibel Rodríguez. En el cual, se presentó los platillos estrella del negocio detalladamente para que puedan degustar, luego dieron sus comentarios en voz alta y llenaron un cuestionario, en el cual calificaron presentación, sabor, textura y culturalidad.

Ilustración 2
Focus Group



Ilustración 1
Focus Group



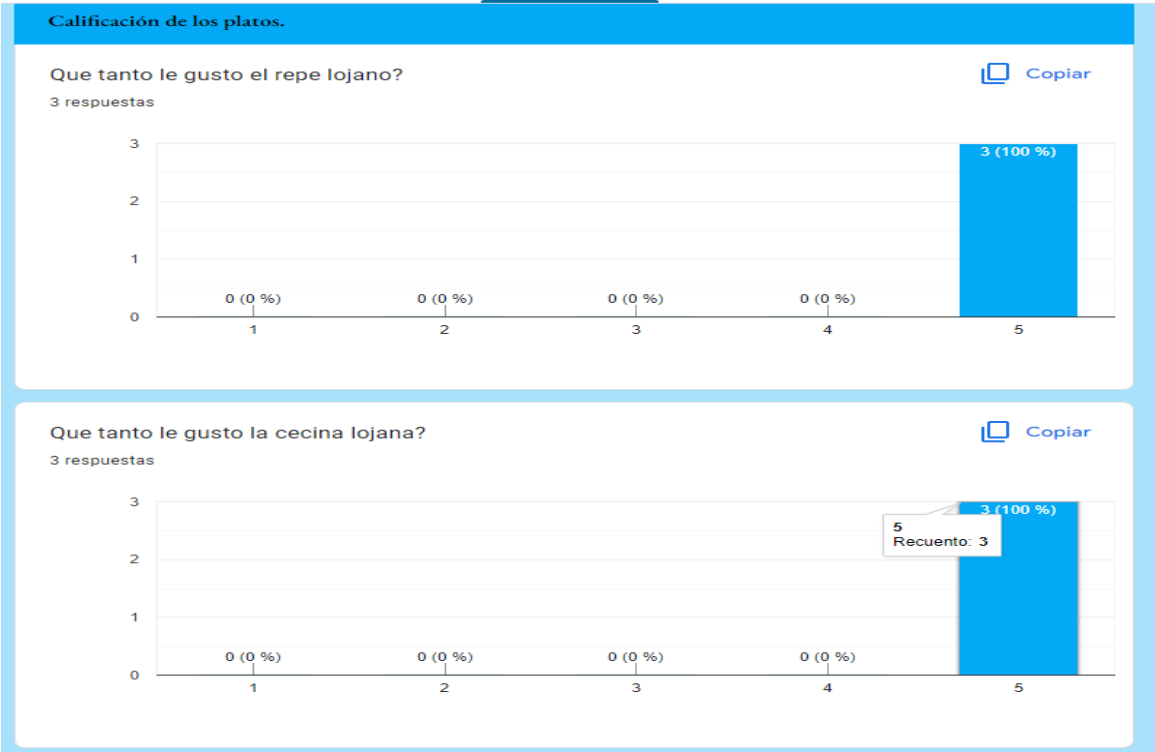
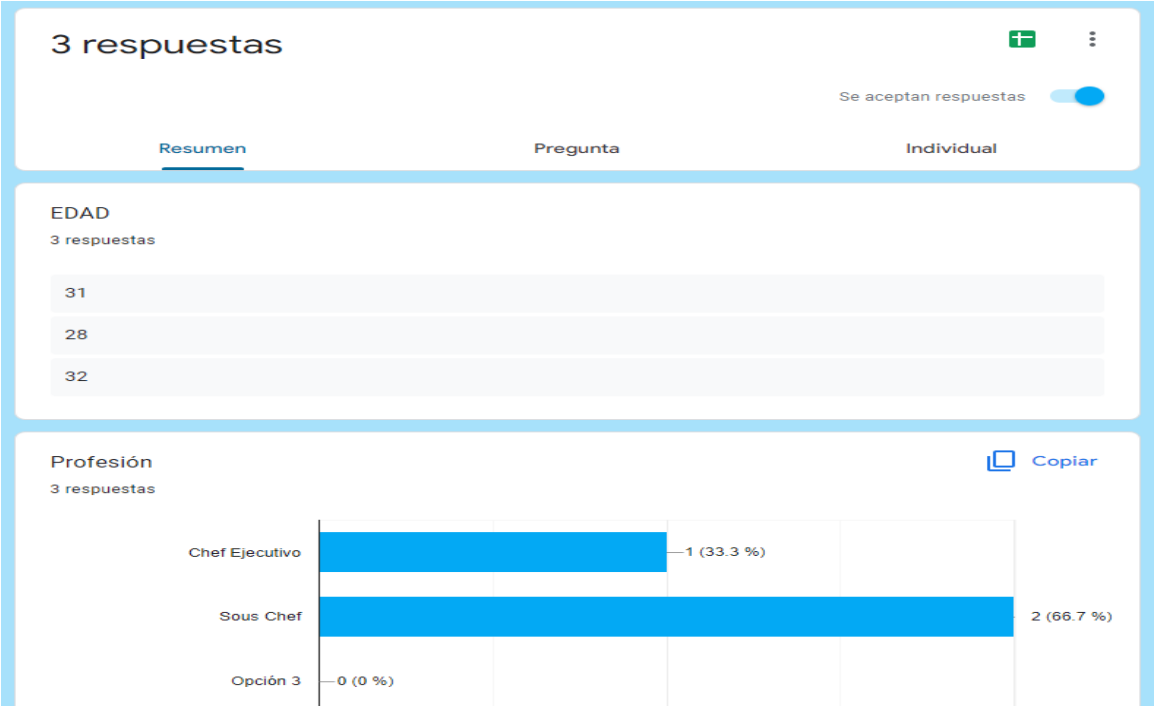
Ilustración 3
Focus Group

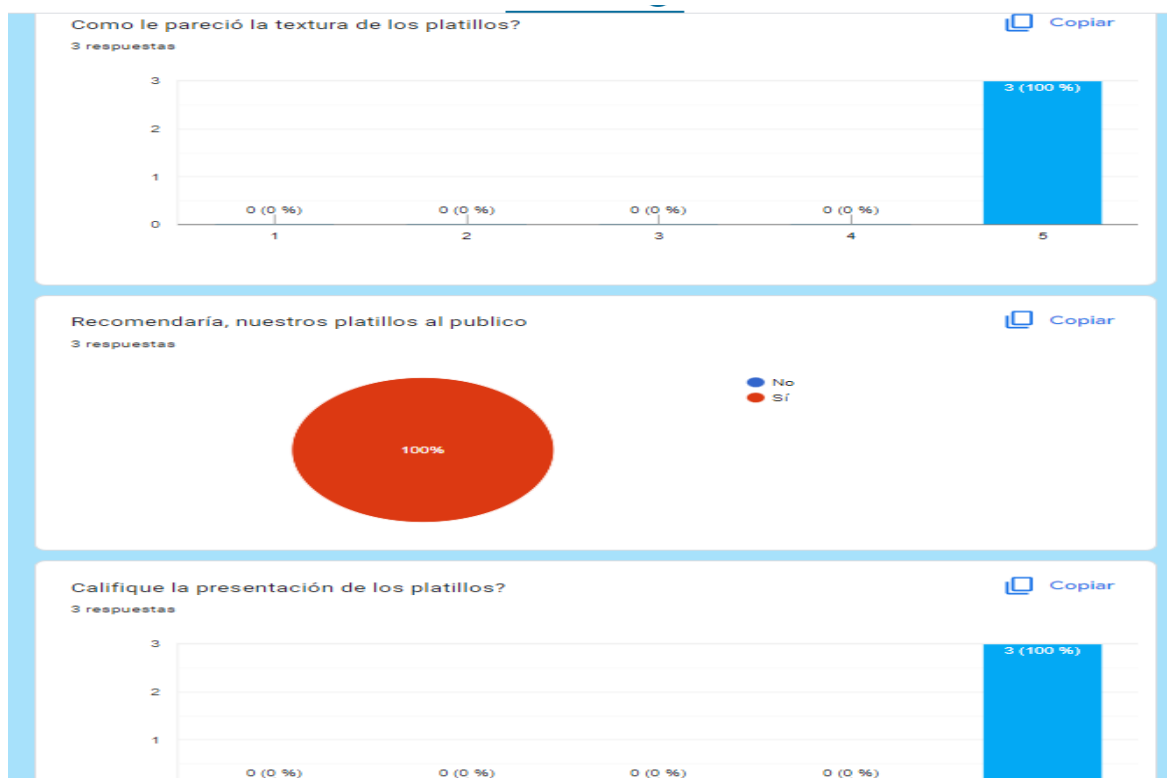


Ilustración 4
Focus Group



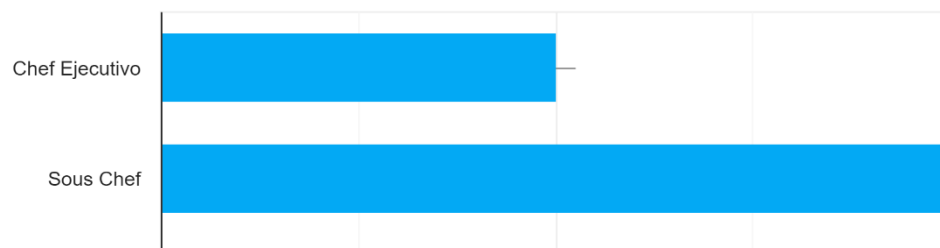
Focus Group.





Profesión

3 respuestas



Pregunta 1

Del 1 al 5, Califique ¿Qué tanto le gusto el repe lojano?

Tabla 1.

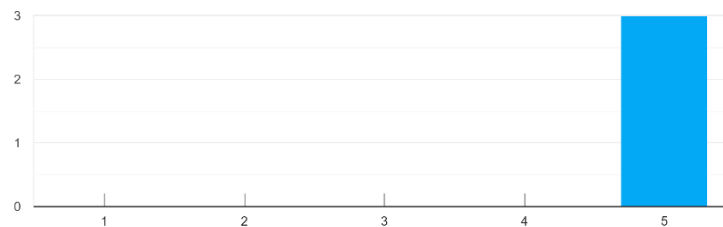
Pregunta 1 Focus Group

Del 1 al 5, Califique ¿Qué tanto le gusto el repe lojano?		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	3	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados de la pregunta 1

Pregunta1, Ilustración 5.

Que tanto le gusto el repe lojano?
3 respuestas



Nota: Este gráfico muestra los resultados de la pregunta

Análisis: En general, el repe lojano tiene una excelente calificación, por lo tanto la textura y su sabor cremoso es aceptado, recomendable a nuestra amplia gama de comensales con los mejores ingredientes.

Pregunta 2

Del 1 al 5, ¿Qué tanto le gusto la cecina lojana?

Tabla 1.

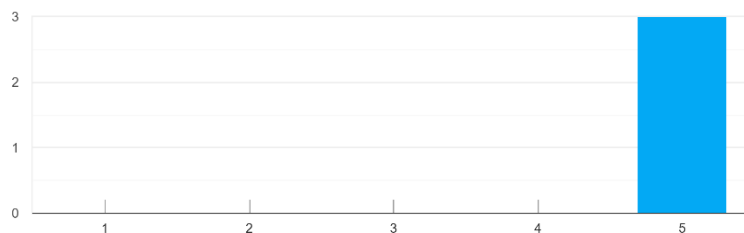
Pregunta 2 Focus Group

Del 1 al 5, Califique la presentación		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	3	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados de la pregunta 2

Pregunta 2, ilustración 6.

Que tanto le gusto la cecina lojana?
3 respuestas



Nota: Este gráfico muestra los resultados de la pregunta 2

Análisis: La cecina lojana es muy agradable ya que al realizar su proceso de elaboración presenta un sabor único e inigualable, el cual hace recordar la tradición de la cocina lojana.

Pregunta 3.

Del 1 al 5, Como le pareció la textura de los platillos.

Tabla 2.

Pregunta 3 Focus Group

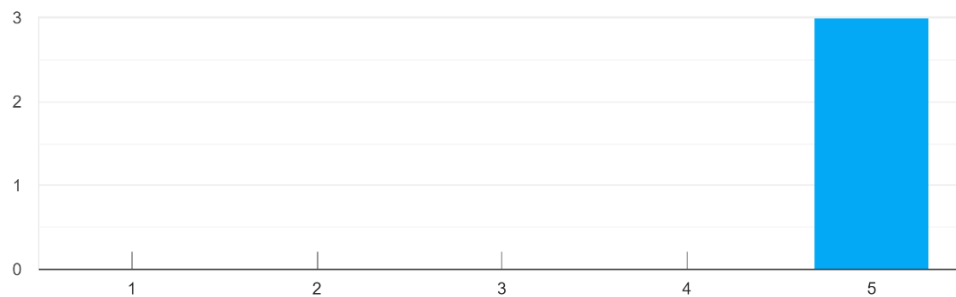
Del 1 al 5, Califique la presentación		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	3	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados de la pregunta 3

Gráfico 3, Ilustración 7.

Como le pareció la textura de los platillos?

3 respuestas



Nota:

Este gráfico muestra los resultados de la pregunta 3

Análisis: se tiene una buena textura, ya que cada uno de ellos fue elaborado con su propia técnica y permite diferenciar de los otros productos.

Pregunta 4.

Recomendaría, nuestro platillo al público.

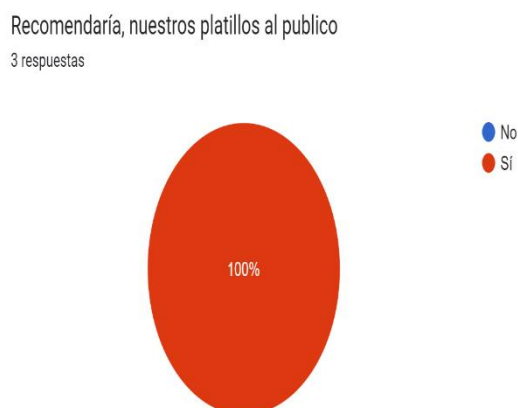
Tabla 3.

Pregunta 4 Focus Group

Recomendaría, nuestro platillo al público.		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	3	100%
No	0	0%

Nota: Esta tabla muestra los resultados de la pregunta 4

Gráfico 4, Ilustración 8.



Nota: Este gráfico muestra los resultados de la pregunta 4

Análisis: los participantes de focus group, si recomendarían estos platillos al mercado por que se propone elaborar una propuesta de la misma.

Pregunta 5

Del 1 al 5, Califique la presentación de nuestros platillos.

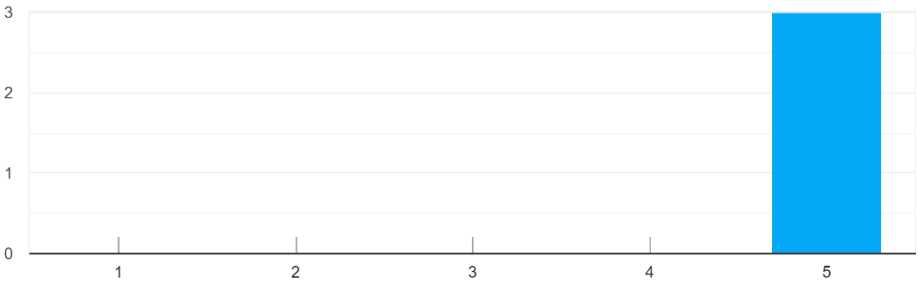
Tabla 5.
Pregunta 5 Focus Group

Del 1 al 5, Califique la presentación		
RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	0	0%
5	3	100%

Nota: Esta tabla muestra los resultados de la pregunta 5

Gráfico 5, ilustración 9.

Califique la presentación de los platillos?
3 respuestas



Nota: Este gráfico muestra los resultados de la pregunta 5

Análisis: Al contar con una buena presentación de los platillos, se puede dar identidad propia a cada uno de ellos y se logra apreciar la autenticidad lojana.

Encuesta:

La encuesta es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos (QuestionPro, 2022, <https://www.questionpro.com/>).

En este proyecto se recopiló datos a través de encuestas realizadas de forma virtual, en donde se encuestó a 90 personas de 20^a a 64 años de edad de forma aleatoria, que se encuentran en el sector de Quitumbe y parroquias aledañas como Chillogallo, Guamaní, Turubamba y La Ecuatoriana. Esta encuesta consta de 10 preguntas de opción múltiple.

Plan de muestreo.

Este trabajo se realizó con las medidas de bioseguridad sanitaria tomando en cuenta que existe un rebrote de Covid, se las realizó de manera virtual para obtener un número exacto de encuestas se aplicará la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{* (117640)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (117640 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3459792400}{295.0579}$$

$$n = 92$$

Debido a las restricciones del COE Nacional por Covid-19, se realizó un muestreo aleatorio de 90 encuestas de manera virtual, las cuales fueron desarrolladas en la plataforma Google Forms, estas se aplicaron a personas que viven en las diferentes parroquias mencionadas anteriormente, a través de grupos en WhatsApp y conocidos del sector.

Análisis de las Encuestas

Bloque I

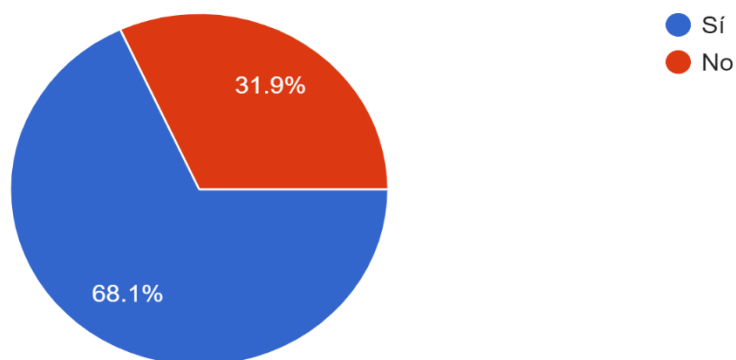
Pregunta N.1 ¿Conoce usted sobre la gastronomía lojana?

Tabla N6. ¿Conoce usted sobre la gastronomía lojana?

Preguntas	Porcentaje
Si	68.1%
No	31.9%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico 10, circular encuesta. Conoce usted sobre la gastronomía lojana



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis: Esta pregunta permite conocer cuál es el conocimiento sobre gastronomía tradicional lojana, de los 91 encuestados el 68.1 % tiene conocimiento y el 31.9% restante no conoce. Estas cifras permiten concluir que el intervalo de conocimiento es diferenciado.

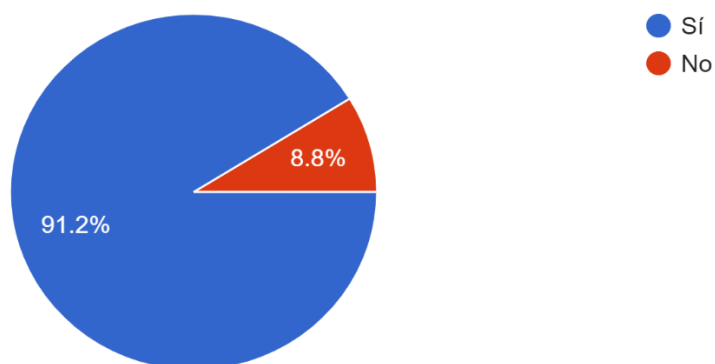
Pregunta N.2 ¿Considera usted que la gastronomía lojana es tradicional de nuestro país?

Tabla N 7. ¿Considera usted que la gastronomía lojana es tradicional de nuestro país?

Preguntas	Porcentaje
Si	91.2%
No	8.8%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico 11. Considera usted que la gastronomía lojana es tradicional de nuestro país



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis: Analizando los resultados y en conocimiento al grafico se puede apreciar que el 91.2% considera que la tradición gastronomica de una provincia es importante de nuestro país a diferencia del 8.8% no considera lo mismo.

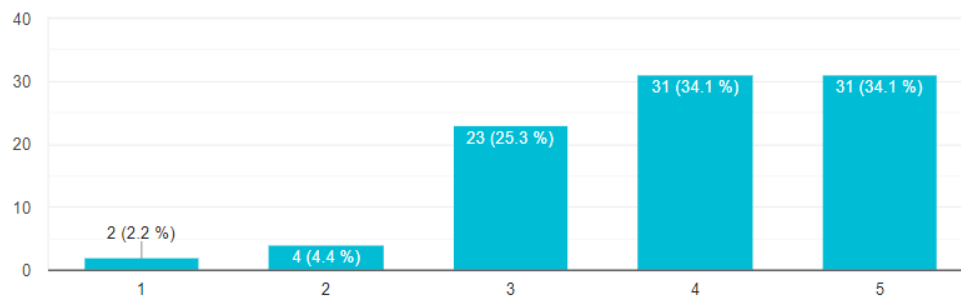
Pregunta N. 3. ¿Del 1 al 5 cómo calificaría usted la gastronomía tradicional lojana?

Tabla N 8. ¿Del 1 al 5 cómo calificaría usted la gastronomía tradicional lojana?

Preguntas	Porcentaje
1	2 (2.2%)
2	4 (4.4%)
3	23 (25.3%)
4	31 (34.1%)
5	31(34.1%)

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico 12. Del 1 al 5 cómo calificaría usted la gastronomía tradicional lojana



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis. Es una opinión bastante dividida, ya que el 5 y 4 lugar ocupan el 34.1 % indican estar de acuerdo que la gastronomía Lojana es tradicional de nuestro una 25.3 % esta medianamente de acuerdo el 4.4% lo considera y el 2.2 % no está de acuerdo.

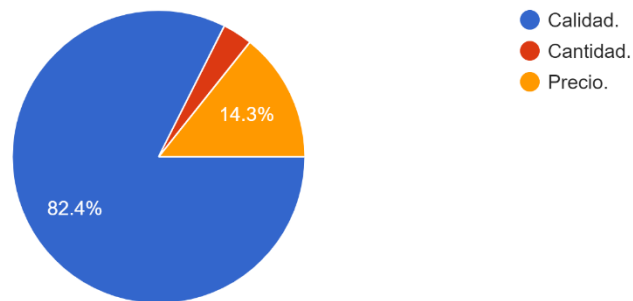
Pregunta N.4. ¿Al momento de elegir un restaurante que preferencias tiene usted?

Tabla. N9. ¿Al momento de elegir un restaurante que preferencias tiene usted?

Preguntas	Porcentaje
Calidad	82.4%
Cantidad	14.3%
Precio	3.3%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico 13. Al momento de elegir un restaurante que preferencias tiene usted



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis. Los resultados, nos arrojaron que 82.4 % de los consumidores prefieren la calidad, un 14.3 % la cantidad y el 3.3 el precio, dando a entender que la calidad es lo primordial al momento de ofertar un servicio.

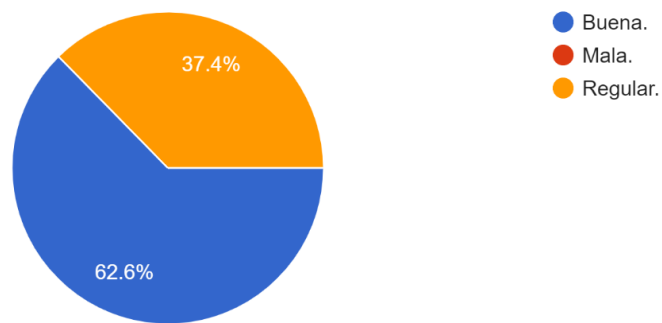
Pregunta N 5. ¿Cree usted que la gastronomía lojana se considera saludable?

Tabla N 10. ¿Cree usted que la gastronomía lojana se considera saludable?

Preguntas	Porcentaje
Si	91.2%
No	8.8%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico. N14. Cree usted que la gastronomía lojana se considera saludable



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022)

Análisis. Uno de los puntos a considerar es sobre saber que, si su cocina se considera saludable, un 62.6% considera que si lo es y el 37.4 % considera que no lo es. Dejando en primer plano que es importante que la comida sea saludable.

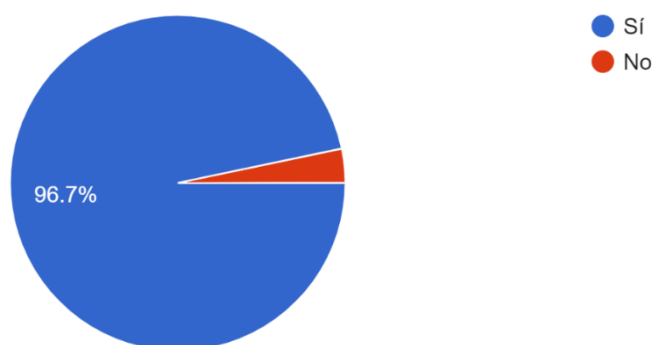
6. ¿De haber un restaurante de gastronomía lojana, se daría la oportunidad de probar su comida?

Tabla. N. 11 ¿De haber un restaurante de gastronomía lojana, se daría la oportunidad de probar su comida?

Preguntas	Porcentaje
Si	96.7%
No	3.3%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022)

Gráfico. N 15. De haber un restaurante de gastronomía lojana, se daría la oportunidad de probar su comida.



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis. La aceptación de la propuesta de implementación de un establecimiento gastronómico lojano tiene una aceptación porcentual de 96.7 % de interés en acudir a un establecimiento gastronómico lojano.

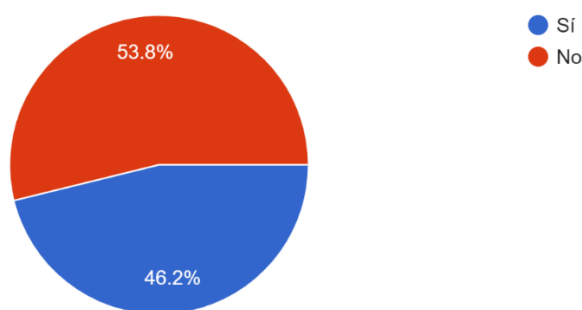
7. ¿Ha tenido la oportunidad de probar el repe lojano?

Tabla. N 12. ¿Ha tenido la oportunidad de probar el repe lojano?

Preguntas	Porcentaje
Si	96.7%
No	3.3%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Grafico. N 16. Ha tenido la oportunidad de probar el repe lojano.



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis. El resultado de la interrogante nos indica que, a pesar de tener conocimiento sobre la cultura culinaria lojana, un 53.8% nos indica que no ha probado uno de los platos más representativos.

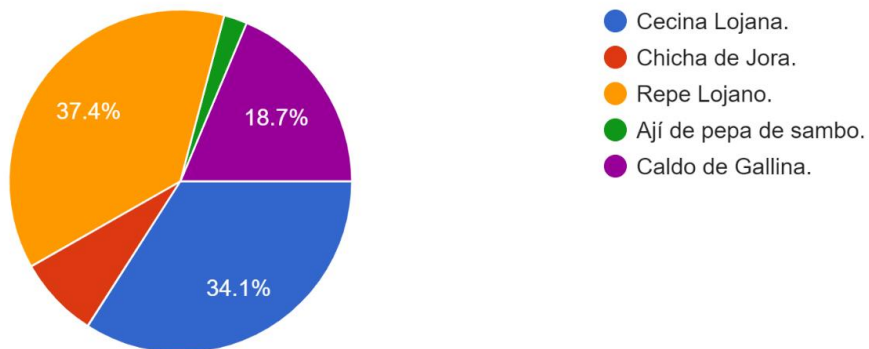
8. ¿Qué platillo le parece más representativo de la gastronomía lojana?

Tabla. N 13. Qué platillo le parece más representativo de la gastronomía lojana.

Preguntas	Cecina Lojana	Chicha de Jora	Repe Lojano.	Ají de Pepa de Sambo.	Caldo de Gallina.
Porcentajes	34.1%	7.7%	37.4%	2.2%	18.7%

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico. N 17. Qué platillo le parece más representativo de la gastronomía lojana.



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022)

Análisis. Para conocer sobre los productos más destacado de nuestro establecimiento tenemos el Repe Lojano. Con 37.4% con el segundo más popular como la Cecina Lojana 34.1% y el caldo de gallina siendo el 3ro. más destacado con un 18.7 %.

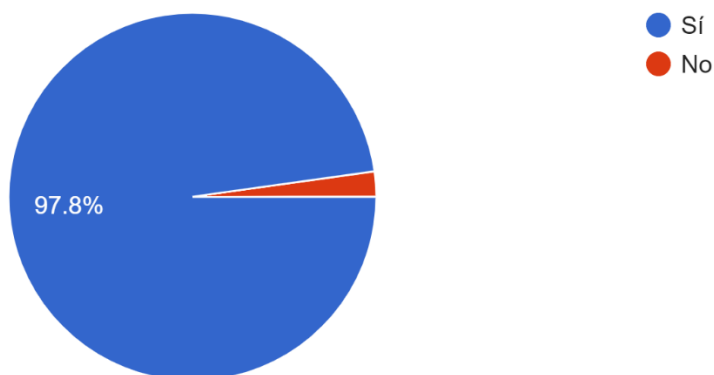
9. ¿Recomendaría usted la cocina lojana?

Tabla. N 14. Recomendaría usted la cocina lojana.

Preguntas	Porcentaje
Si	97.8 %
No	2.2 %

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico. N 18. Recomendaría usted la cocina lojana.



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis. Un 97.8 % de los encuestados esta de acuerdo en recomendar la gastronomía Lojana dejando en claro que tiene la aceptación esperada.

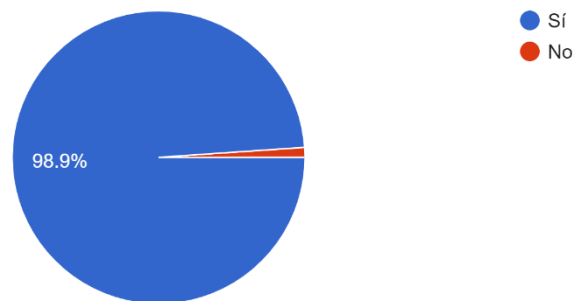
10. ¿Desearía conocer más sobre la gastronomía lojana?

Tabla. N 15. ¿Desearía conocer más sobre la gastronomía lojana?

Preguntas	Porcentaje
Si	98.9 %
No	1.1 %

Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Gráfico. N 19. Desearía conocer más sobre la gastronomía lojana



Elaborado por: Alexander Ostaiza (2022).

Análisis. El 98.9% de los encuestados desea conocer más sobre la tradicional gastronomía lojana, hemos generado un interés mediante el cual se puede evidenciar mediante la presente encuesta.

Análisis General.

La encuesta fue dirigida al sector de Quitumbe y parroquias de alrededor, los encuestados fueron desde 20 a 65 años de edad, en su mayoría mujeres, lo que permitió definir el perfil que tiene el cliente ideal de la empresa.

Se puede observar que los productos gastronómicos tradicionales son aceptados por el público, ya que con el pasar del tiempo, se han perdido costumbres y tradiciones. También nos permitió definir el tipo de establecimiento que se va a implementar. Finalmente se determinó que el producto diferenciador que se va a ofrecer en el negocio por su tradición.

Entrevista:

La entrevista es uno de los métodos de recopilación de datos informativos. Este método permite recoger y analizar varios elementos: la opinión, la actitud, los sentimientos, las representaciones de la persona entrevistada (QuestionPro, 2022, <https://www.questionpro.com/>).

En este proyecto se realizó una entrevista a una profesional de la materia, Sous Chef, de KOCH CATERING. La cual consto de 4 preguntas abiertas que permitió obtener más información sobre la gastronomía tradicional.

Chef. Erika Rivadeneira.

- ¿Cómo define a la creatividad en la creación de un restaurante tradicional Lojano?

Respecto a la primera pregunta, la creatividad la primera pregunta cómo define la creatividad en la creación de un restaurante es muy importante es una parte fundamental aquí se deben combinar en no solo en la parte de la decoración del lugar sino la parte estética estilizar, los platos en la medida de lo posible de esta gastronomía lojana que tú nos ofreces es importante formar un todo combinar todos estos elementos. Porque si bien es cierto y lo que más hemos escuchado a lo largo de este tiempo es que la comida entra por los ojos y es muy cierto es muy importante la primera impresión que recibe el lugar la comida con estilizada es recalco en eso porque es muy importante y no solo ser que la parte visual del lugar como tal llame la atención de los comensales sino que ellos vivan una experiencia gastronómica al máximo pues es esta parte de la creatividad y de creaciones son súper importante hay que formar un todo de estos elementos y llevarlos lleva los de los que no sales a vivir esta experiencia tan genial.

- ¿Cómo manejaría la producción para la elaboración de los platos tradicionales?

Al hablar de cómo manejar la elaboración y producción de esta gastronomía bueno la experiencia nos ha dado para poder manejar de la siguiente manera una vez definido el menú es la parte básica para empezar a hablar de la producción es necesario realizar recetas estándar y así manejarse con ese estándar y realizar previamente un buen mise en place si yo ya tengo definido el menú voy a saber que necesito hacer que debo realizar de manera previa y lo sabrá géneros alimenticios que podremos tener ya listos congelados cómo se me ocurre en el caso de los tamales y agilizar así el servicio de estos alimentos.

- ¿Cómo profesional del área gastronómica que recomendaciones me podría brindar?

En lo que yo podría recomendarte bueno es hacer un buen estudio de Mercado, de lo que sí estamos claros es que la gastronomía lojana está abarcando parte importante aquí en Quito por diversas razones muchas personas han migrado desde Loja hacia la capital entonces una de las cosas que una persona que sale de su sitio de origen una de las cosas que más extrañas es esa comida típica con lo que se criaron con lo que crecieron entonces van a buscar sitios donde puedan encontrar ya estos estas preparaciones listas y simplemente si las comidas bien hechas no hay mayor cosa que hacer.

- ¿Qué importancia tienen las redes sociales en este tipo de negocio?

Al hablar de la importancia de las redes sociales para este negocio juega un papel muy importante antes hablábamos de que debe tener un buen nombre de que te bese su sitio bueno de que el rótulo debía ser algo **waw** que llame la atención de los comensales. Pues ahora eso pasa a segundo plano todo se vende, todo se mueve no solo la comida todo absolutamente todo se mueve en redes sociales Incluso en la pandemia colaboré por así decir para qué es este medio de las redes sociales crees que abarque un montón de Mercado y la gente hoy en día ya no se toma la molestia de Buscar lugares y no acuden a las redes sociales es la manera más viable de promocionar nuestros productos nos en este caso nuestra gastronomía porque todo se mueve así todo se mueven las redes sociales muy importante entrar por ahí promocionarse por ahí súper importante hoy en día.

Análisis de la entrevista

Esta entrevista permitió observar que este tipo de restaurante tendría una gran acogida, siempre se debe buscar la diferenciación, la cual será la caracterización de los demás establecimientos gastronómicos es primordial tener una capacitación constante, una buena creatividad, una buena organización que permita tener buenos productos que cumplan las necesidades de los clientes. Finalmente, para se recalca la importancia de las redes sociales para el crecimiento del negocio.

Síntesis del capítulo

En el capítulo II, se buscó información sobre los métodos de investigación y como se los puede ir aplicando en el presente proyecto. Después de tener en claro que métodos son viables se procedió a realizar encuestas aplicando un plan de muestreo para determinar a cuantas personas se debía realizar para tener resultados factibles.

Se aplico una entrevista personal a un profesional del área gastronomica, la cual indico que se debe tener en cuenta en este tipo de negocio y recomendaciones para hacerlo crecer.

CAPITULO III. PROPUESTA

Descripción de la propuesta.

Crear un restaurante en el sector de Quitumbe de la ciudad de Quito, e la cual se elaboren platillos tradicionales de la provincia Loja, aplicando nuevas tendencias, pero manteniendo en sabor y elaboración tradicional a través de una constante capacitación e investigación sobre la tradicional forma de preparar los platos Lojanos. La diferenciación de establecimiento gastronómico es la representación cultural de los platos tradicionales de los saraguros ya que está enfocado en crear momento de vivencias y experiencias familiares.

Qallariy es un restaurante que se permitirá entregar productos de calidad y de esta manera llegar a más personas de sectores cercanos. La difusión será de suma importancia para promocionar el establecimiento a través de redes sociales y de esta manera la obtención de clientes potenciales.

Viabilidad.

Viabilidad Social:

Qallariy se enfocará en brindar un producto con un alto estándar de bioseguridad para la seguridad y bienes del personal de trabajo y también el cliente, considerando lo necesario como: medidas de bioseguridad, medidas de la manipulación de los alimentos, etc. Para de esta manera lograr un buen ambiente laboral tanto para su personal como los consumidores.

Viabilidad ambiental:

Qallariy es consciente de la contaminación ambiental que vive el planeta, por eso ha creado normativas para los trabajadores: la reutilización de envases en los que los

alimentos son transportados se los puede usar como el pesaje y reservación de merma en dentro de la cocina. El uso óptimo de cada ingrediente.

Ilustración 20 - 21

Nota: empaques biodegradables, de alimentos y su reutilización



http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/resources/files/2020/11/11/1605114650788Comida_envasada_EST.jpeg

Viabilidad Laboral:

Qallariy dispone de empleados altamente calificados apasionados y entregados a su trabajo dar lo mejor en cada preparación, también es importante que sea trabajador con los conocimientos básicos en cocina tradicional, de esta manera brindar un servicio de calidad, donde cada persona se sienta satisfecho y confortable en el establecimiento.

Impacto:

En 5 años Qallariy llegará a ser reconocido en el sector de Quitumbe del Distrito Metropolitano de Quito por la innovación al momento de presentar los platillos de forma

gourmet. Para cumplir llegar a este posicionamiento en el sector es necesario la forma estratégica de difusión social clientes potenciales de la ciudad, el sector y sus alrededores.

Desarrollo de la propuesta.

Misión:

Qallariy será un restaurante que busca brindar experiencias familiares inolvidables de acuerdo a los gustos, requerimientos y satisfacer sus necesidades, cumpliendo altos estándares de calidad.

Visión:

En 5 años Qallariy se proyecta ser el mejor referente de cocina tradicional en el sector de Quitumbe, del Distrito Metropolitano de Quito, ampliando con una posible sucursal en el sector norte de la ciudad, satisfaciendo así las necesidades de los clientes, garantizando calidad en todos los productos e implementando el mejoramiento continuo.

Meta.

Corto Plazo (6 Meses)	Medio Plazo (1 a 2 años)	Largo Plazo (3 a 4 años)
Lograr reconocimiento y posicionamiento del restaurante en el sector de Quitumbe.	Mantener una posición consolidada, buscando seguir diferenciándose de los demás establecimientos.	Consolidarnos como uno de los mejores establecimientos gastronómicos tradicionales de la zona.

Tabla 16. Meta. Elaborado por Alexander Ostaiza 2022.

Estrategias

Estrategias de Difusión y Marketing

- Invertir estratégicamente en publicidad local (influencers, rótulos, volantes, etc.) para acercarse a los consumidores.
- Aprovechar las fechas especiales Navidad, Año Nuevo, fechas de cumpleaños u aniversarios, para ofertar diversas ofertas promociones ofertar un menú a la carta del cual los clientes puedan elegir.
- Utilizar las redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp de forma inteligente para dar a conocer el producto que se oferta al mercado, dando un enfoque visual en los procesos de producción y los resultados obtenidos, además de compartir la experiencia del consumidor.

Estrategias del Personal

- Mantener un buen ambiente laboral, fomentar el respeto entre el personal y dar autonomía a los colaboradores.
- Invertir en capacitación constantemente para los empleados de las diferentes áreas como atención al cliente, manejo de redes sociales, nuevas tendencias gastronómicas.
- Potenciar las habilidades de cada colaborador mediante el reconocimiento de los logros.

Estrategias de Mantenimiento de Marca

- Ofrecer servicios completos y competitivos (calidad, valores, eficiencia), siguiendo las tendencias actuales.
- Mantener la credibilidad y la mejor imagen ante el mercado, a través de compartir experiencias de los clientes y manteniendo la calidad de los productos.
- Desarrollar una comunidad alrededor de la marca, a través de la fidelización de los consumidores.

FODA.

Tabla 17.

FODA.

Fortaleza - Ubicación del establecimiento. - Calidad y precios accesibles. - Competitividad.	Debilidad - Nuevos en el mercado - Falta de experiencia. - Ausencia de capital para la ejecución del negocio.
Oportunidades - Afluencias de personas en el sector. - Servicio de eficiente. - Redes sociales para el posicionamiento de la marca.	Amenazas - Situación económica. - Nuevos contagios de enfermedades virales. - Nuevos competidores de la zona.

Segmentación de clientes

Datos Demográficos

- 20 - 65años
- Hombres y Mujeres.
- Clase Media.
- Educación Universitaria.
- Ingresos + \$600.

Datos Geográficos

- Quito, Quitumbe y 5 km a la redonda.

Psicólogo

- Extrovertido, sociables, amables.
- Percepción Visual y olfativa.
- Actitud Positiva, Colaboradora, Proactiva.

Uso del producto:

- Frecuencia: Diariamente.
- Lealtad a la marca, confianza y vínculo del cliente – empresa.
- Actitud emotiva e integradora.

Localización de la empresa

Qallar estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el Sur de la ciudad, Quitumbe, Av. Quitumbe Ñan, Edificios Prados de Quitumbe I, el lugar contará con estacionamiento para 3 automóviles.

Ilustración 22.

Ubicación del Establecimiento



Nota: <https://www.google.com/maps/search/maps+plataforma+quitumbe/@-0.2927202,-78.5478049,17.38z>

Ilustración, 23 *Lugar del Establecimiento*



Nota: Establecimiento en Quitumbe.

Desarrollo organizacional.

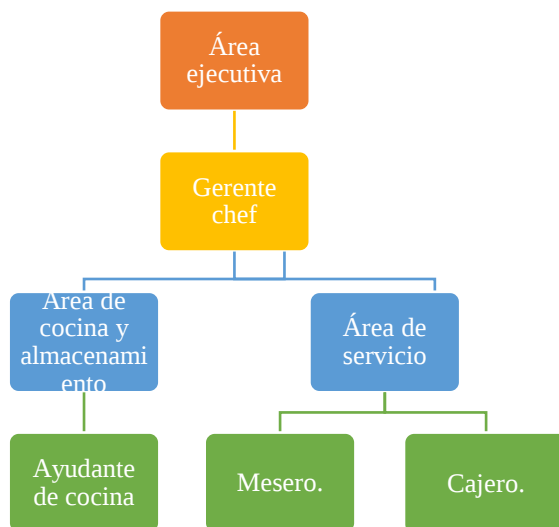
Tipo de estructura.

La comunicación en el establecimiento será horizontal, comenzará desde la parte trasera hasta la parte frontal, del establecimiento, se hará con el fin de facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos para satisfacer al cliente. La organización será de tipo jerárquico y esta estructura de la siguiente manera:

- Nivel gerencial.
Chef propietario.
- Nivel operativo.
Ayudante de cocina
Mesero/Cajero.

Organigrama Empresarial

Ilustración 24
Organigrama Empresarial



Nota: Organigrama de la empresa Qallar

Funciones del personal

PUESTO DE GERENTE CHEF

Detalles generales del puesto de Gerente Chef.

Unidad administrativa	Área ejecutiva.
Denominación del puesto	Gerente Chef Pastelero.
Rol del puesto	Vela por la satisfacción del cliente y cumplimiento de la misión de la empresa. Administración y supervisión de procesos de producción, venta y distribución de alimentos.
Remuneración	\$ 600

Méritos aspectos a considerar

Tabla 18.

Méritos aspectos a considerar, Gerente Chef- Chef Ejecutivo.

Instrucción formal	Chef de Ejecutivo.	
Experiencia	• Mínima 2 años en el cargo de Gerente-Chef Ejecutivo	
Capacitación	• Técnicas de cocina. • Procesamiento de alimentos. • Administración de empresas; alimentos y bebidas. • Conocimiento y dominio de cocina tradicional. • Dominio de procesos contables, manejo de Kardex. • Manejo de normas de bioseguridad	
Competencias del puesto	• Puntualidad • Respeto • Análisis de problemas. • Análisis numérico. • Atención al cliente.	• Tolerancia al estrés. • Liderazgo. • Iniciativa. • Innovación.

	• Comunicación	• Planificación y organización
--	--	--

Nota: Esta tabla muestra que méritos debe cumplir el Gerente Chef

PUESTO DE AYUDANTE DE COCINA

Detalles generales del puesto ayudante de cocina.

Unidad administrativa	Área de producción y almacenamiento
Misión del puesto	Asistir al Gerente - Chef en lo necesario, realiza el mise en place y preparaciones básicas, limpieza y orden en la cocina.
Denominación del puesto	Ayudante de cocina.
Rol del puesto	Ayudar el gerente chef en procesos de producción y almacenamiento de materia prima y limpieza del área de cocina.
Remuneración	\$ 450

Méritos aspectos a considerar.

Tabla 4.
Méritos aspectos a considerar, Ayudante de Cocina.

Instrucción formal	Tecnólogo en Gastronomía.
Experiencia	• Mínimo 6 meses en el cargo de ayudante de cocina, de preferencia en tradición gastronómica.
Capacitación	• Técnicas básicas de cocina. • Procesamiento de alimentos. • Conocimiento y dominio de cocina • Normas de seguridad de alimentos

	• Manejo de normas de bioseguridad.	
Competencias del puesto	• Puntualidad • Respeto • Atención al cliente. • Creatividad	• Tolerancia al estrés. • Liderazgo. • Iniciativa. • Innovación

Nota: Esta tabla muestra que méritos debe cumplir el ayudante de cocina

PUESTO DE MESERO/ CAJERO

Detalles generales del puesto de mesero.

Unidad administrativa

Área de servicio

Misión del puesto

Servir eficazmente y atentamente al cliente, recepción de pedidos a domicilio y encargado de la cobranza en la caja

Denominación del puesto

Mesero/Cajero

Rol del puesto

Atención al cliente y guía del cliente, manejo de dinero.

Remuneración

\$ 425/435

Méritos aspectos a considerar

Tabla 20.

Instrucción formal	• Estudiante cruzando últimos semestres en gastronomía o carreras afines.
Experiencia	• Mínimo 6 meses de experiencia de mesero y cajero.
Capacitación	• Protocolo de servicio. • Atención al cliente. • Manejo de redes sociales y herramientas de comunicación. • Cobranza y manejo de dinero.

	• Logística para entregas a domicilio. • Manejo de normas de bioseguridad.	
Competencias del puesto	• Puntualidad • Respeto • Atención al cliente • Comunicación	• Tolerancia al estrés. • Liderazgo • Trabajo en equipo • Responsabilidad

Méritos aspectos a considerar, Cajero/Mesero

Desarrollo de la Marca

Línea Gráfica

Es de vital importancia entender y conocer los valores y personalidades con los que Qallariy constituye; de esa manera cualquier persona puede familiarizarse con el concepto. Esta línea grafica es una herramienta esencial que pretende crear sostenibilidad de marca en el tiempo.

Colores:

Los colores elegidos dentro de la gama cromática de Qallariy han sido seleccionados con el objetivo de representar la frescura del establecimiento.

Colores principales.

Ilustración 25.

Colores de la marca



Nota: La imagen representa los colores de marca. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

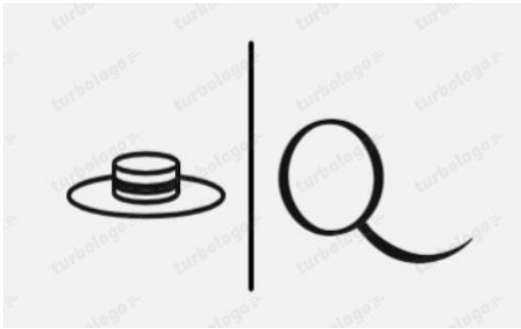
Logos

Ilustración 26.
Logo Principal



Nota: La imagen representa el logo principal.
Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Ilustración 28
Logo Isotipo



Nota: La imagen representa el logo Isotipo.
Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Ilustración 27
Logo Horizontal



Nota: La imagen representa el logo horizontal.
Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Canal de distribución y puntos de ventas.

El canal de distribución y punto de venta físico de Qallariy será el establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, Ecuador, en el Sur de la ciudad, Quitumbe, Av. Quitumbe Ñan, Edificios Prados de Quitumbe I.

- Promoción

El principal canal de promoción serán las redes sociales de Facebook, WhatsApp, Instagram

Fijación de precios:

Fijación de precios por receta estándar

Los precios han sido calculados para un pax de 4 personas del producto diferenciador.

Se toma en cuenta el costo de los productos usados para preparar y a este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos).
- Gastos administrativos.
- Utilidad

El precio final de los pasteles varía de acuerdo a decoraciones extras que desee el cliente.

Tabla 21, Receta de Repe Lojano

 Tecnológico Internacional Universitario		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA BEBIDA:	Repe Lojano		Porciones	4
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	4/8/2022		CHEF:	ALEXANDER OSTAIZA
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Verde	G.	1,40	300	0,42
Leche	G.	1,00	50	0,05
Queso	G.	2,50	50	0,23
Crema de leche	G.	1,00	50	0,07
Aguacate	G.	0,60	50	0,01
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	0,77
			10 % Imprevisto	0,08
			Costo Neto	0,85
			Gasto de fabr. 15%	0,13
			Factor Costo 33,33%	0,28
			100 % Utilidad	0,85
			Sub total	2,11
			12 % I.V.A.	0,25
			10 % Servicio	0,21
			Total	2,57

Nota: La tabla representa la receta del Repe Lojano. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 22, Receta de Cecina Lojana

 Tecnológico Internacional Universitario		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA BEBIDA:	Cecina Lojana		Porciones	1
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	4/8/2022		CHEF:	ALEXANDER OSTAIZA
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Lomo de Res	G.	2,80	250	0,70
Yuca	G.	1,00	200	0,20
Zanahoria	G.	0,50	150	0,08
Lechuga	G.	0,50	100	0,07
Papa	G.	1,00	200	0,01
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	1,05
			10 % Imprevisto	0,10
			Costo Neto	1,15
			Gasto de fabr. 15%	0,17
			Factor Costo 33,33%	0,38
			100% Utilidad	1.15
			Sub total	2,85
			12 % I.V.A.	0,34
			10 % Servicio	0,28
			Total	3,47

Nota: La trable representa la receta de la Cecina Lojana. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 23, Receta de Tamal Lojano

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA BEBIDA:	Tamal Lojano		Porciones	4
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	4/8/2022		CHEF:	ALEXANDER OSTAIZA
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Pollo	G.	2,60	250	0,65
Maiz	G.	1,00	200	0,20
Cebolla	G.	0,50	150	0,08
Arbeja	G.	1,00	100	0,13
Hoja de platano	G.	1,00	10	0,10
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	1,16
			10 % Imprevisto	0,12
			Costo Neto	1,27
			Gasto de fabr. 15%	0,19
			Factor Costo 33,33%	0,42
			100 % Utilidad	1.27
			Sub total	3,15
			12 % I.V.A.	0,41
			10 % Servicio	0,31
			Total	3,87

Nota: La traba representa la receta del Tamal Lojano. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 24 Receta de Ají de pepa de sambo

		RECETA ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DE LA BEBIDA:	Ají de pepa de Sambo		Porciones	8
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	4/8/2022		CHEF:	ALEXANDER OSTAIZA
INGREDIENTE	MEDIDA	COSTO (Kg)	CANTIDAD	TOTAL (\$)
Pepas de Sambo	G.	0,75	250	0,19
Aceite de Girasol	ML.	1,00	200	0,20
Ají	G.	0,50	50	0,03
Cebolla Blanca	G.	1,00	100	0,13
Cubito magui	U	0,25	10	0,03
FOTOGRAFÍA			Total Bruto	0,57
			10 % Imprevisto	0,06
			Costo Neto	0,63
			Gasto de fabr. 15%	0,09
			Factor Costo 33,33%	0,21
			Utilidad. 100%	0,63
			Sub total	1,56
			12 % I.V.A.	0,19
			10 % Servicio	0,16
			Total	1,91

Nota: La trabla representa la receta del Ají de pepa de sambo. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Catálogo de Qallariy:

Ilustración 29
Catálogo Qallariy



Menu

STARTER

Receta de sopa de arvejas con guineo
Receta de repe blanco o repe lojano
Receta de Sango de maíz



Ilustración 31
Catálogo Qallariy

Ilustración 30
Catálogo Qallariy



Menu

MAIN

Receta de cuy asado
Receta de cecina lojana
Receta de Jamal lojano



Ilustración 32
Catálogo Qallariy



Ilustración 33
Catálogo Qallariy

Estudio Financiero

Plan de inversión

Para llevar a cabo la empresa es necesario realizar una inversión, destinada a la adquisición de activos fijos, mercadería e insumos. Mismos rubros que se detallan en la siguiente tabla:

Activos Fijos.

Tabla 25, Activos Fijos. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
COMPUTADORA	1	825	825
IMPRESORA.	1	320	320
MOUSE	1	25	25
CAJA REGISTRADORA	1	350	350
		total	1520

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 26 equipos industriales.

EQUIPOS INDUSTRIALES			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
REFRIGERADOR	1	800	800
HORNO	1	1450	1450
COCINA	1	1250	1250
CONGELADOR	1	549,99	549,99
EXTINTOR	2	50	100
LAMPARAS	2	25	50
DETECTOR DE HUMO	4	16	64
EXTRACTOR DE OLORES	1	260	260
		total	4523,99

Nota: La tabla representa activos fijos E.I. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 27, Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
ESTANTERIA	2	150	300
PLATOS SOPERO	30	2,45	73,5
PLATOS CUADRADO	30	3,51	105,3
CUCHARA	30	0,9	27
TENEDOR	30	0,81	24,3
BASO HIGHBALL	30	4	120
SET DE CUCHILLOS	1	62,47	62,47
LICUADORA	1	80	80
		total	792,57

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 28, Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
EDIFICIO	0
VEHÍCULO	0
EQUIPOS IND.	4523,99
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1520
MUEBLES / ENSERES	792,57
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6836,56

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Activos Diferidos. Tabla 29, Activos Diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	500
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	500

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 30, Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL.
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	500	500
		TOTAL	500

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Capital de Trabajo.

Tabla 31, Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
SUELDOS	27148,8
SERVICIOS BÁSICOS	2100
MATERIAL OFICINA	1030,8
MATERIAL LIMPIEZA	1170
SERVICIO AUTO	0
ALQUILER LOCAL	4800
PUBLICIDAD	350
ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA	1200
GASTOS FINANCIEROS	2.282,09
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	40081,7

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 32, Totales sueldos, decimos, anuales.

TOTAL SUELDOS	TOT. DECIMOS	TOT ANUAL
23538,84	3610	27148,84

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 33, Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS			
DESCRIPCIÓN	PAGO MENSUAL	PAGO SEMESTRAL	PAGO ANUAL
AGUA.	70	420	840
LUZ	45	270	540
INTERNET	40	240	480
TELÉFONO	20	120	240
TOTAL	175	1050	2100

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 34, Materiales de Oficina.

MATERIALES DE OFICINA			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL MENSUAL
RESMA PAPEL	4	3,5	14
ESFEROS	10	0,35	3,5
CARPETAS	10	1	10
ARCHIVADORES	6	7,5	45
CUADERNOS	2	1,5	3
ENGRAMPADORAS	1	4	4
PREFORADORAS	1	4	4
RESALTADOR	3	0,8	2,4
		TOTAL	85,9
		ANUAL	1030,8

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 35, Materiales de Limpieza.

MATERIALES DE LIMPIEZA			
MATERIALES	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL MENSUAL
ESCOBA	2	4,5	9
TRAPIADOR	2	6	12
BALDE	2	3,5	7
RECOGEDOR	1	2,5	2,5
DESENGRASANTES	2	7	14
COLORO	4	3,5	14
PAPEL TOALLA	4	3,5	14
VILEDAS	10	2,5	25
		TOTAL	97,5
		ANUAL	1170

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 36, Arriendo.

ARRIENDO	
PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
400	4800

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 37, Total inversión.

TOTAL DE INVERSION	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6836,56
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	500
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	40081,7
TOTAL INVERSION	47418,3

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Punto de Equilibrio.

Tabla 38, Costos Fijos.

COSTOS FIJOS	
ARRIENDO	400
SUELDOS	2262,4033
SER. BÁSICOS	175
T. COSTOS FIJOS	2837,4033

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 39, Margen de Contribución

Precio menu	9,67	
Costo menu	3,55	
Ganancia	6.12	MARGEN DE CONTRIBUCION

Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 40, Costo Fijo y Margen de contribución.

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION	
PE=	463

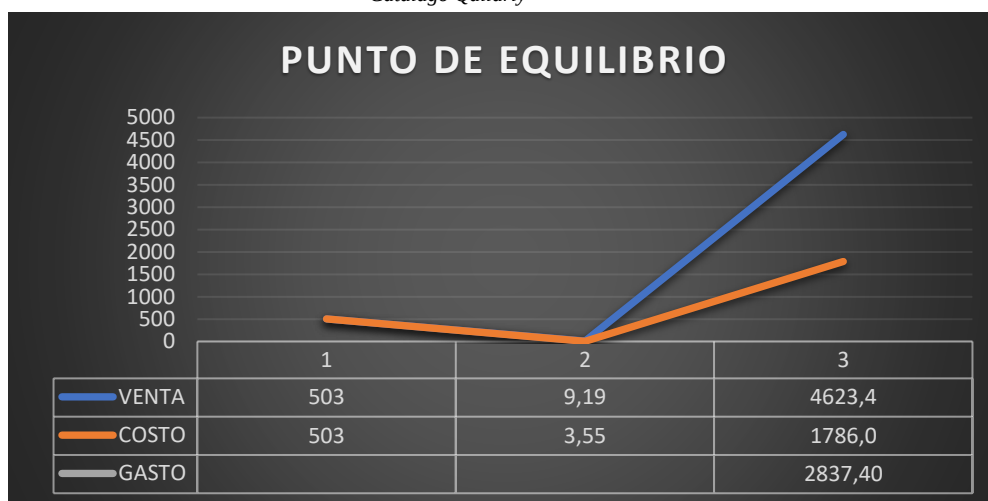
Nota: La tabla representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaiza, 2022.

Tabla 41, Punto de Equilibrio

VENTA	463	9,67	4483.27
COSTO	463	3,55	1645.87
GASTO			2837,40
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Nota: La traba representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaza, 2022.

Ilustración 34
Catálogo Qallariy



Nota: La traba representa activos fijos E.C. Elaborado por Alexander Ostaza, 2022.

Análisis del punto de equilibrio.

Los costos fijos de Qallariy 2837,40 por mes, donde incluye servicios básicos, sueldos y arriendo. El costo unitario para realizar una receta es de \$3.55, siendo el precio final de 9.19. Por tanto, para llegar al punto de equilibrio se debe vender. 17 menús diarios y un total de 503 mensuales. Teniendo en cuenta que los costos iniciales durante el primer semestre son altos or el tema de inversión. Pero es posible que a través de estrategias publicitarias y recomendaciones se pueda realizar convenios con empresa u otros establecimientos para realizar la entrega de pedidos a las mismas.

Síntesis del capítulo

En el capítulo III, se desarrolló la misión y visión de la empresa, así como su meta y estrategias, al igual que el FODA, análisis que da a conocer las debilidades y fortalezas del negocio, así como las oportunidades y amenazas del entorno, lo que hará posible realizar un organigrama con las funciones de cada trabajador. También se realizó la línea grafica del negocio, donde se observa el logo principal, sus usos y las páginas de redes sociales. Finalmente, se describió todo el análisis financiero, como el plan de inversión, costos de producción, salarios, fijación de precios y el punto de equilibrio, lo cual permitió conocer la factibilidad del proyecto.

CONCLUSIONES

- Qallariy es un establecimiento gastronómico tradicional Lojano, enfocado en brindar experiencias y vivencias únicas conservando la tradicionalidad de su cocina satisfaciendo las necesidades de los consumidores, para definirlo fue necesario una encuesta previa donde se obtuvo información relevante a fin de conocer su aceptación, la potencialidad de sus clientes y de la zona.
- Conocer sobre las legalidades para el correcto funcionamiento del establecimiento es imprescindible, teniendo en cuenta lo que se debe hacer. Lo que con lleva crear una empresa o establecimiento gastronómico, es que su buen funcionamiento y legalización es indispensable que se debe contar con RUC, la patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, entro requisitos muy necesarios.
- La elaboración de la misión y la visión de la empresa es de vital importancia da una perspectiva global de a donde se quiere llegar, con estrategia y especialmente un buen equipo de trabajo.
- Con la elaboración del punto de equilibrio se puede evidenciar que se logro la rentabilidad del negocio, cumpliendo con las expectativas a través de promociones y convenios.
- Para alcanzar las metas de la empresa se debe realizar una planificación estratégica, donde se tenga en cuenta los meses de temporada alta y baja para aprovecharlos de la mejor manera y ofrecer nuevos productos.

RECOMENDACIONES

- La constante capacitación a los empleados es fundamental para que el manejo de la materia prima, la atención al cliente permita que el negocio siga creciendo y cumpliendo con las expectativas, exigencias y satisfaciendo sus necesidades.
- La realización de estudios de mercado constantemente, para mantenerse a la vanguardia en caso de cualquier eventualidad poder sobre llevarla con la solución adecuada presentando un buen servicio y producto.
- Búsqueda de proveedores para la adquisición de materia prima de bajo costo y buena calidad conservando la frescura y sabor de los platillos.
- Implementación de platos a la carta y la elaboración de menú de niños satisfacción la necesidad de los más pequeños de la casa.
- Conservación y tradición de los platillos estrella que se ofertan en el restaurante para mantener su culturalidad.

REFERENCIAS

- Crónica, D. (2017, 17 de mayo). *El cuy asado un plato típico lojano*. Com.ec. <https://cronica.com.ec/2017/05/16/19156-el-cuy-asado-un-plato-típico-lojano/>
- La Hora, D. (s / f). La gastronomía de Saraguro una de las más apetecidas por extranjeros - La Hora. Com.ec. Recuperado el 31 de agosto de 2021, de <https://lahora.com.ec/noticia/1102311205/la-gastronomia-de-saraguro-una-de-las-más-apetecidas-por-extranjeros->
- Pérez, Mariana. (Última edición:2 de agosto del 2021). Definición de Cocción. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/coccion/> . Consultado el 10 de julio del 2022
- QuestionPro, 2016 <https://www.questionpro.com/>
- Forms elaboración de encuesta, Ostaiza, A. (19 de julio del 2022). https://docs.google.com/forms/d/1PYnwf_wZ8MGXS622AVxWxkW4VPsoz4OzVtOSDV3vGP8/edit#responses
- Generador de logos, (19 de julio del 2022) <https://turbologo.com/>
- *El Gourmet* . (2019). Obtenido de <https://elgourmet.com/>
- *QuestionPro* . (2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-entrevista/>
- QuestionPro. (27 de Noviembre de 2016). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/focus-groups/>
- *QuestionPro*. (12 de Septiembre de 2017). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-investigacion-cuantitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20es%20un,cuantificar%20el%20problema%20de%20investigaci%C3%B3n.>

- *QuestionPro*. (23 de Octubre de 2018). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- *QuestionPro*. (2022). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-cualitativa.html>
- *Real Academia Española* . (Definición 2 de 2021). Obtenido de <https://dle.rae.es/kit>
- *Real Academia Española*. (Definición 1 de 2021). Obtenido de <https://normas-apa.org/referencias/citar-diccionario/>
- *Real Academia Española*. (2021). Obtenido de <https://dle.rae.es/galleta#Ilb6iyw>
- *UNAM*. (s.f.). Obtenido de <http://profesores.fi-b.unam.mx/>

APENDICE 1

Causas	Definición del problema	Consecuencias
Falta de interés por parte de las nuevas generaciones. Desinterés en la conservación de la herencia gastronómica. Desprendimiento de la cultura gastronómica.	Perdida de la tradición culinaria del pueblo Saraguros.	Disminución de recetas y conocimientos sobre los procesos de la elaboración de la cocina tradicional. Conocimiento nulo en el campo gastronómico. Pérdida de identidad gastronómica. Perdida de herencia culinaria.
	Indicadores	
	Poca Investigación. Difusión gastronómica nula. Falta de intereses para promover la gastronomía de la zona.	

ANEXOS

Anexos de encuesta.

Anexo formato de la encuesta.

Datos personales

Edad

- ☐ 20 a 30 años
- ☐ 31 a 40 años
- ☐ 41 a 50 años
- ☐ 51 a 60 años
- ☐ Mas de 61 años.

Genero.

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ +LGBTI

1. ¿Conoce usted sobre la gastronomía lojana?

- ☐ Si
- ☐ No

2. ¿Considera usted que la gastronomía lojana es tradicional de nuestro país?

- ☐ Si
- ☐ No

3. ¿Del 1 al 5 cómo calificaría usted la gastronomía tradicional lojana?

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

4. ¿Al momento de elegir un restaurante que preferencias tiene usted?

- ☐ Calidad
- ☐ Precio
- ☐ Cantidad

5. ¿Cree usted que la gastronomía lojana se considera saludable?

- ☐ Buena
- ☐ Regular

- Mala

6. ¿De haber un restaurante de gastronomía lojana, se daría la oportunidad de probar su comida?

- Si
- No

7. ¿Ha tenido la oportunidad de probar el repe lojano?

- Si
- No

8. ¿Que platillo le parece más representativo de la gastronomía lojana?

- Cecina Lojana
- Ají de pepa de Sambo
- Chicha de Jora
- Caldo de Gallina
- Repe Lojano

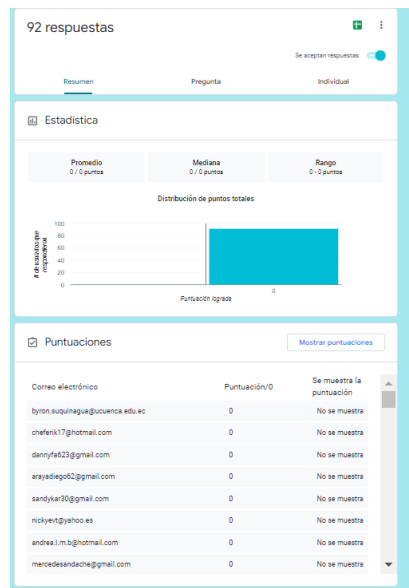
9. ¿Recomendaría usted la cocina lojana?

- Si
- No

10. ¿Desearía conocer más sobre la gastronomía lojana?

- Si
- No

Anexo. Resultado de la encuesta digital



Anexos de Focus Group

Anexo Preguntas Focus Group

Formato para Grupos Focales

Del 1 al 5, ¿Que tanto le gusto el repe lojano?

1 2 3 4 5

Del 1 al 5, ¿Que tanto le gusto la cecina lojana?

1 2 3 4 5

Del 1 al 5, ¿Como le pareció la textura de los platillos?

1 2 3 4 5

Recomendaría, nuestros platillos al publico

Sí No

Califique la presentación de los platillos

1 2 3 4 5

Anexo Resultados de Focus Group

Degustación platos estrella Lojanos.

Proyecto titulación.

EDAD

Resposta corta

Texto de respuesta breve

Profesión

☐ Chef Ejecutivo

☐ Sous Chef

☐ Opción 3

Que tanto le gusto el repe lojano?

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Que tanto le gusto la cecina lojana?

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Como le pareció la textura de los platillos?

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ilustración 36
Focus group

Ilustración 37
Focus group

Recomendaría, nuestros platillos al publico

☐ No

☐ Si

Califique la presentación de los platillos?

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Ilustración 35
Focus group

Anexo de Equipos de Cocina.

INDURAMA

Indurama - Congelador CI-200 | 214 Litros

Descubre la línea de congeladores ideales para tu negocio. Marca Indurama.



PVP \$ 1,146.95

\$ 549.99

 No disponible para retiro en

 Disponible entrega a domici

Protege tu producto

☐ 1 año de garantía extendida d
AÑO

☐ 2 año de garantía extendida a
AÑOS☐ Robo y daño accidental - Con

1

Ilustración 38
Equipos

Ilustración 39 Equipos

Nuevo

Cocina Industrial 4
Quemadores Plan Horno
Acero Inoxidable

U\$S 1.250

Hasta 1 cuotas



Más información

 Entrega a acordar con el vendedor

Cotacollao, Guila
Ver costos de env

Cantidad: 1 unidad (5 disponibles)

 Compra Protegida. recibe el producto que

Nuevo

Horno Industrial Para Pizzas
Con Ladrillo Refractario A
Gas

U\$S 1.450

Hasta 1 cuotas

VISA 
Más información

 Entrega a acordar con el vendedor

Cotacollao, Quito

Cantidad: **1 unidad** (5 disponibles)

Comprar ahora

 **Compra Protegida**, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Ilustración 40

Equipos

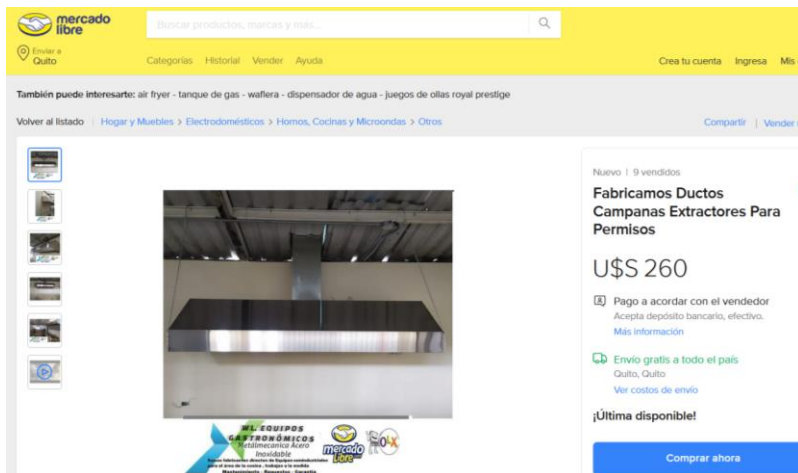


Ilustración 41
Equipos

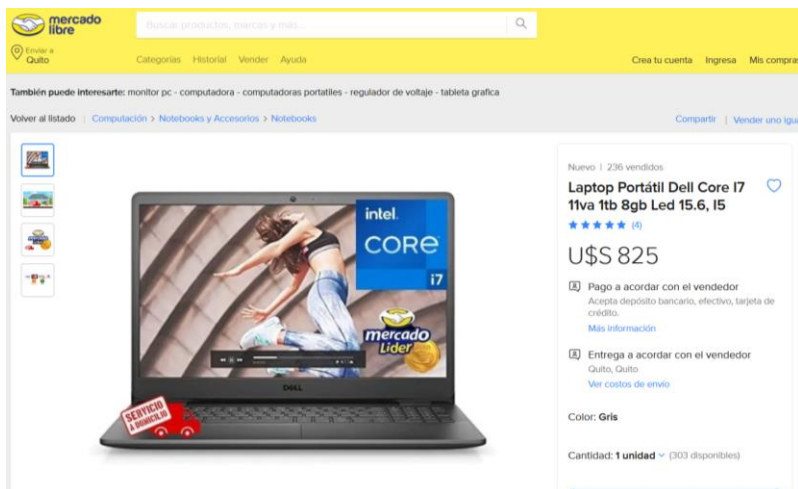


Ilustración 42
Equipo

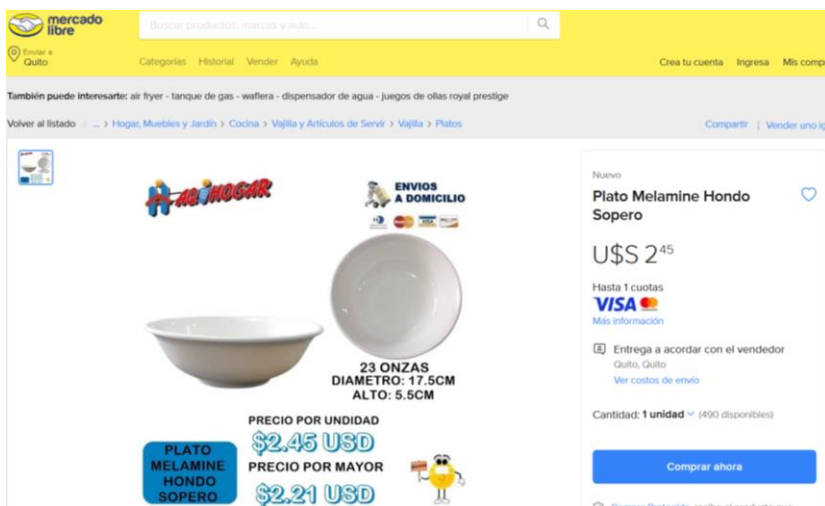


Ilustración 43
Equipo

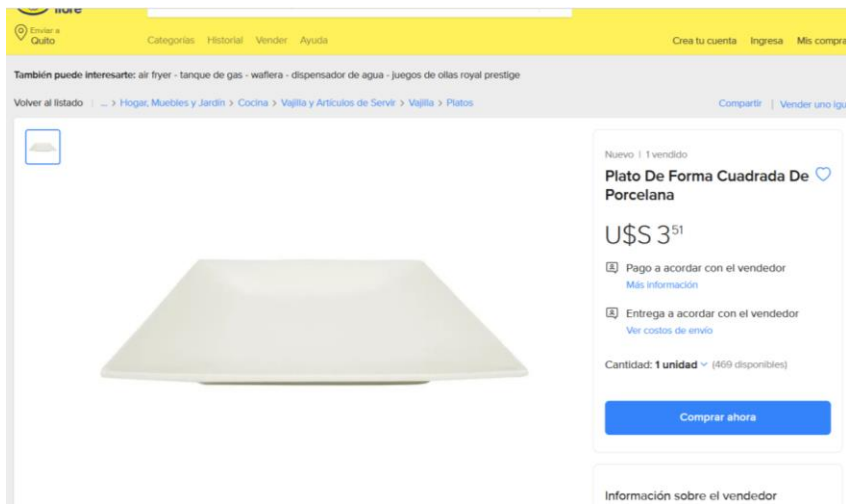


Ilustración 44
Equipo

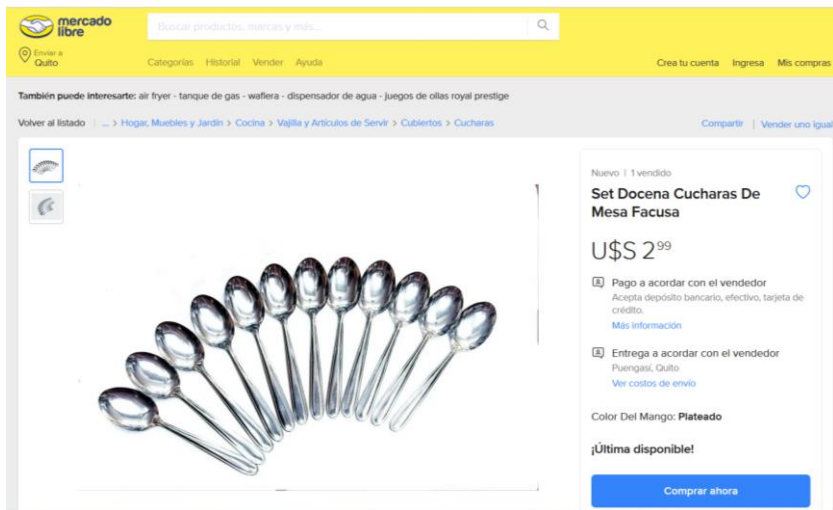


Ilustración 45
Equipo



Tramontina Professional 6-Piece Forged German Stainless Steel Cutlery Set, 80008/562DS
Visit the Tramontina Store
★★★★★ 4.8 ratings

\$62⁴⁷
No Import Fees Deposit & \$57.11 Shipping to Ecuador [Details](#)

Blade Material	High Carbon Stainless Steel
Brand	Tramontina
Color	Stainless Steel Blades with Black Handle
Handle Material	Stainless Steel
Blade Edge	Plain

About this item

- Set includes: 3-inch Peeling, 4-inch Paring, 5-inch Santoku, 7-inch Santoku, 7-inch Deba and 7-inch Nakiri
- Forged, stain-free high carbon German steel
- Full-tang construction feature 3-solid stainless rivets
- Expertly sharpened, ice-hardened, hand-honed tapered blades
- UPC-016017144551

Customer ratings by feature

Value for money	★★★★★ 4.8
Sturdiness	★★★★★ 4.8
Giftable	★★★★★ 4.8

Ilustración 46
Equipo