

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE CON
TEMÁTICA DE LA CULTURA OTAVALEÑA "UN MUNDO DE DELICIAS Y
CULTURA" EN LA LAGUNA DE SAN PABLO**

AUTOR:

LESLY ANAHÍ DE LA CRUZ GUZMÁN

TUTOR:

JORGE FILIBERTO ENRIQUEZ GRIJALVA

IBARRA – ECUADOR

Julio, 2025

Ibarra, 04 de julio de 2025

Magister

Jorge Filiberto Enríquez Grijalva-

RESPONSABLE DE TITULACIÓN CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

De mi consideración:

Mediante el presente, tengo a bien certificar que el trabajo de integración curricular del/a estudiantes: Lesly Anahí De la Cruz Guzmán con el tema: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN RESTAURANTE CON TEMÁTICA DE LA CULTURA OTAVALEÑA "UN MUNDO DE DELICIAS Y CULTURA" EN LA LAGUNA DE SAN PABLO.

Una vez analizado por la herramienta de detección de coincidencias y prevención del plagio académico utilizada por la institución, TURNITIN, obtiene el 7% de coincidencia y 0% de IA. Por lo que se encuentra en el rango establecido de acuerdo a los criterios de valoración del porcentaje de similitud establecidos por la PUCE.

Captura:



JORGE FILIBERTO ENRÍQUEZ GRIJALVA

CI.: 1001839479

04 de julio de 2025

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f):

Mgs. Jorge Filiberto Enríquez Grijalva-

C.C.: 1001839479

(f):

Phd. Esthela Alfonsina Andrade Ortega

C.C.: 1002158648

(f):

Mgs. María José Dávila Pantoja

C.C.: 100287026-7

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *Lesly Anahí De la Cruz Guzmán*, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 04 de julio de 2025

(f): _____

Lesly Anahí De la Cruz Guzmán

C.C.: 1050413283

AUTORIA

Yo, *Lesly Anahí De la Cruz Guzmán*, autor, portador@ de la cedula de ciudadanía N° 1050413283, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad del autor@, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

(f):.....

Lesly Anahí De la Cruz Guzmán

C.C.: 1050413283.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo lo dedico con mucho amor a Dios quien ha sido el pilar fundamental de mi vida, quien me acompaño en todo el transcurso universitario y ha sido un ancla para seguir adelante a pesar de los contratiempos y hoy por su constante presencia en mi vida con gratitud recibo un regalo más de su gran gratitud, sé que no es el fin de las grandes cosas que me tiene preparado, pero por su amor infinito he podido tener un soporte para lograr cada paso que doy.

A mi madre Paola Guzmán y a mi padre Marco Guzmán que con su gran apoyo y esfuerzo han sido mi fortaleza para culminar y lograr esta gran meta de mi vida, sus palabras de aliento, su entrega diaria y su fe en mí, han hecho posible que cumpla una más de mis metas, gracias por ser ese ejemplo vivo de que perseverancia, gracias por la confianza y sin duda por el cariño, amor que me han brindado, es un privilegio poder llegar a cumplir esta meta teniéndolos de mi lado y viendo en sus rostros la alegría de darme lo posible para cumplir lo que me propongo.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos del trabajo	1
CONTENIDO O CUERPO DEL TEXTO.....	3
1. REVISIÓN LITERARIA	3
1.1 Marco teórico	3
1.1.1 Restaurante temático.....	3
1.1.2 Cultura Otavaleña	3
1.1.3 Turismo en el lago San Pablo	4
1.1.4 Gastronomía en el Lago San Pablo.....	5
1.1.5 Teorías de estructura de capital	7
1.1.6 Clasificación de una empresa	9
1.2 Marco Lega	11
12.1 Tipo de empresa.....	11
1.2.2 Normas tributarias	11
1.2.3 Normas laborales	12
1.2.4 Licencias y permisos municipales	13
1.3 Aspecto contable	14
1.3.1 Normativa contable aplicable NIIF	14
1.3.2 Indicadores Financieros	15
1.4 Marco Conceptual	15
1.4.1 Aspecto temático	15
1.4.2 Impacto del turismo en el Lago San Pablo	16

1.4.3 Gastronomía tradicional	16
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	17
2.1 Tipo de la investigación	17
2.2 Enfoque de la investigación	17
2.3 Investigación de mercado.....	18
2.4 Población.....	22
2.5 Muestra.....	23
2.6 Instrumentos	25
2.6.1 Aplicación del instrumento (formato, días, horas, plataformas, medios	28
2.6.2 Análisis de datos de instrumentos aplicados	28
3. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA	43
3.1 Localización	43
3.1.1 Micro Localización.....	43
3.1.2 Macro Localización	43
3.2 Constitución legal y régimen tributario.....	44
3.3 Filosofía y dirección estratégica del proyecto.....	46
3.3.1 Misión.....	46
3.3.2 Visión.....	46
3.3.3 Valores.....	47
3.3.4 Objetivos estratégicos.....	47
3.3.5 Políticas empresariales.....	48
3.4 Análisis Estratégico.....	48
3.4 Análisis FODA	48

3.5 Nombre y concepto del restaurante	48
3.5.1 Nombre, logotipo.....	52
3.6 Estudio técnico	53
3.6.1 Descripción del restaurante	53
3.6.2 Descripción de la oferta.....	56
3.9.1 Flujograma de procesos	57
3.7 Plan de marketing.....	61
3.7.1 Objetivo del Plan de Marketing.....	61
3.7.2 Mercado objetivo.....	61
3.7.2 Segmentación y posicionamiento	62
3.7.3 Estrategias de marketing mix	62
3.7.4 Indicadores iniciales de éxito	65
3.8 Estudio Financiero.....	66
3.8.1 Presupuesto Técnico	67
3.8.2 Presupuesto Operativo.....	77
3.8.3 Fuentes de Financiamiento	98
3.8.4 Estado de Resultados Proyectado (5 años).....	100
3.8.4 Flujo de Caja Proyectado.....	105
3.8.5 Evaluación financiera	107
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
4.1 Conclusiones.....	114
4.2 Recomendaciones	116
5. BIBLIOGRAFÍA	117

ANEXOS.....	123
Anexo 1. Ficha de observación.....	124
Anexo 2. Ficha de observación realizada	126
Anexo 3. Encuesta	129
Anexo 4. Encuesta piloto.....	133
Anexo 5. Subreceta del primer menú	141
Anexo 6. Subreceta del segundo menú.....	144
Anexo 7. Subreceta del tercer menú.....	148
Anexo 8. Subreceta del cuarto menú.....	151

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Teorías de la estructura del capital</i>	8
Figura 2 Tipo de clasificación de una empresa.....	10
Figura 3 <i>Perfil del visitante edad</i>	22
Figura 4: <i>Edad del encuestado</i>	31
Figura 5: <i>Género del encuestado</i>	31
Figura 6 <i>Lugar de residencia</i>	32
Figura 7 <i>Frecuencia de visita</i>	32
Figura 8 <i>Elección del tipo de restaurante</i>	34
Figura 9 <i>Estilo arquitectónico de preferencia</i>	34
Figura 10 <i>Preferencias Gastronómicas</i>	35
Figura 11 <i>Rango de precios aceptables</i>	36
Figura 12 <i>Medio de comunicación con mayor influencia en la decisión de visita al restaurante</i>	37
Figura 13 <i>Relevancia de los Servicios</i>	38
Figura 14 <i>Viabilidad de implementación de un restaurante cultural temático</i>	39
Figura 15 <i>Plato Tradicional de Mayor Interés de Compra Durante la Visita</i>	40
Figura 16 <i>Servicios adicionales considerados imprescindibles en un restaurante temático cultural</i>	41
Figura 17 <i>Frecuencia de visita a un restaurante en el Lago San Pablo según el tamaño del grupo</i>	41
Figura 18 <i>Micro localización</i>	43
Figura 19 <i>Indicaciones específicas</i>	43

Figura 20 <i>Macro localización</i>	44
Figura 21 <i>Logotipo del restaurante</i>	52
Figura 22 <i>Planos del restaurante</i>	56
Figura 23 <i>Menú del restaurante</i>	57
Figura 24 <i>Proceso de la atención al cliente</i>	58
Figura 25 <i>Proceso de producción</i>	59
Figura 26 <i>Proceso de Mantenimiento del establecimiento</i>	60
Figura 27 <i>Facebook del Restaurante</i>	63
Figura 28 <i>Instagram del Restaurante</i>	63
Figura 29 <i>Modelo de la página web del restaurante</i>	64
Figura 30 <i>Principales cultivos en Imbabura</i>	78
Figura 31 <i>Ministerio de Agricultura y Ganadería en Imbabura</i>	79
Figura 32 <i>Proceso dCálculo de los costos de las fichas de menús</i>	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Platos típicos del Parque Acuático.....	6
Tabla 2 Matriz de la Investigación del Mercado.....	18
Tabla 3 Información para el cálculo de la muestra	23
Tabla 4: <i>Análisis de la ficha de Observación</i>	30
Tabla 5 <i>Resumen de inscripción RUC- RIMPE Emprendedor</i>	45
Tabla 6 <i>Descripción del restaurante</i>	55
Tabla 7 <i>Promoción de la Radio Ilumán</i>	64
Tabla 8 Estimación de preferencias del cliente.....	67
Tabla 9 <i>Terreno</i>	68
Tabla 10 <i>Local construido</i>	68
Tabla 11 <i>Infraestructura de servicios sanitarios</i>	68
Tabla 12 <i>Maquinaria de cocina</i>	69
Tabla 13 <i>Enseres de cocina</i>	69
Tabla 14 <i>Muebles de cocina</i>	69
Tabla 15 <i>Muebles para servicio</i>	70
Tabla 16 <i>Equipos de computación</i>	70
Tabla 17 <i>Manaje para servicios</i>	70
Tabla 18 <i>Suministro de limpieza</i>	71
Tabla 19 <i>Decoración</i>	71
Tabla 20 <i>Resumen inversión fija</i>	71
Tabla 21 <i>Materia Prima Inicial</i>	73
Tabla 22 <i>Materiales Consumibles</i>	73

Tabla 23 <i>Resumen Inversión Variable</i>	74
Tabla 24 <i>Cálculo del Capital de Trabajo estimado</i>	74
Tabla 25 <i>Cálculo del Total inversión inicial</i>	77
Tabla 26 <i>Clasificación de los CIF (Costos Fijos +costos variables) mensualmente</i>	80
Tabla 27 <i>Estimación de la Mano de Obra Directa</i>	81
Tabla 28 <i>Estimación del precio del primero menú</i>	82
Tabla 29 <i>Estimación del precio del segundo menú</i>	82
Tabla 30 <i>Estimación del precio del tercer menú</i>	83
Tabla 31 <i>Estimación del precio del cuarto menú</i>	84
Tabla 32 <i>Depreciación de la construcción</i>	86
Tabla 33 <i>Depreciación infraestructura sanitaria</i>	86
Tabla 34 <i>Depreciación maquinaria de cocina</i>	86
Tabla 35 <i>Depreciación enseres de cocina</i>	87
Tabla 36 <i>Depreciación muebles de cocina</i>	88
Tabla 37 <i>Resumen depreciación operativa</i>	88
Tabla 38 <i>Estimación de gastos administrativos</i>	90
Tabla 39 <i>Depreciación muebles para servicio</i>	91
Tabla 40 <i>Depreciación equipos de computación</i>	91
Tabla 41 <i>Depreciación de la decoración</i>	91
Tabla 42 <i>Resumen depreciación administrativa</i>	92
Tabla 43 <i>Estimación de gastos de venta</i>	93
Tabla 44 <i>Estado de resultados mensual estimado</i>	94
Tabla 45 <i>Fuentes de financiamiento estimado</i>	98

Tabla 46 <i>Estado de resultados anual estimado</i>	101
Tabla 47 <i>Flujo de caja estimado</i>	105
Tabla 48 <i>Costo de Oportunidad estimado</i>	107
Tabla 49 <i>Tasa de descuento estimado</i>	107
Tabla 50 <i>Calculo del TIR, VAN estimado</i>	108
Tabla 51 <i>Periodo de recuperación estimado</i>	109
Tabla 52 <i>Cálculo estimado de costos de producción</i>	109
Tabla 53 <i>Margen Margen de contribución unitario</i>	110
Tabla 54 <i>Mezcla Mezcla de ventas volumen</i>	111
Tabla 55 <i>Cálculo del Punto de equilibrio anual</i>	112
Tabla 56 <i>Modelo de la ficha de observación</i>	124
Tabla 57 <i>Ficha de observación realizada</i>	126
Tabla 58 <i>Carne de cerdo</i>	141
Tabla 59 <i>Ensalada</i>	141
Tabla 60 <i>Mote</i>	142
Tabla 61 <i>Chochos</i>	142
Tabla 62 <i>Papas salteadas</i>	143
Tabla 63 <i>Tostado</i>	143
Tabla 64 <i>Chicha</i>	144
Tabla 65 <i>Carne de cerdo</i>	144
Tabla 66 <i>Ensalada</i>	145
Tabla 67 <i>Mote</i>	145
Tabla 68 <i>Tortillas de papa</i>	146

Tabla 69 <i>Tostado</i>	146
Tabla 70 <i>Chicha</i>	147
Tabla 71 <i>Patas de cerdo guisadas</i>	148
Tabla 72 <i>Puré de papas en hiervas</i>	148
Tabla 73 <i>Ensalada de lechuga</i>	149
Tabla 74 <i>Tostado</i>	149
Tabla 75 <i>Chicha</i>	150
Tabla 76 <i>Cuy</i>	151
Tabla 77 <i>Papas con salsa de maní</i>	151
Tabla 78 <i>Ensalada</i>	152
Tabla 79 <i>Chicha</i>	153

RESUMEN

En la presente tesis se busca como objetivo principal evaluar la viabilidad de implementar el restaurante temático “un mundo de delicias y cultura” en el sector del Lago San Pablo. De esta manera este estudio busca fusionar la importancia de la oferta gastronómica de platos únicamente tradicionales del lugar específicamente de la ciudad de Otavalo que se deriva la tradición en las comunidades aledañas a ella. El restaurante, no solo busca generar ingresos propios a través de las ventas, sino también integrar un aspecto de valor a su servicio y es rescatar y poner como prioridad la cultura de la ciudad y por ende la de las comunidades, parroquias que hacen parte de ella, para fortalecer el turismo en el lugar y crear un ambiente más sólido turístico gastronómico especialmente en este enfoque fortaleciendo al Lago San Pablo.

Posteriormente a esta identidad que quiere generar el restaurante, en la presente tesis se desarrolló un estudio de mercado, técnico, organizacional, legal, y financiero para determinar la factibilidad de este proyecto. Por tal razón se evidencia datos positivos que reflejan la demanda potencial creciente, como también la aceptación asertiva de implementar este restaurante cerca al Lago San Pablo, siendo así un proyecto innovador que el turista prevee conocer. Considerando aquello, también se analizó la rentabilidad financiera a corto y largo plazo del restaurante a través de indicadores de evaluación financiera dando resultados una inversión inicial de \$33.012,77, una tasa de rendimiento del 37%, el valor actual neto es de \$6.249,10, el periodo de recuperación de la inversión es aproximadamente en 2 años y 11 meses siendo así un periodo corto y atractivo para la recuperación del capital reforzando así la viabilidad financiera del restaurante. En cuanto al punto de equilibrio se presenta ingresos entre \$ 23.060,00 y \$ 27.386,05 anuales durante los cinco años proyectados, considerando también que el volumen de unidades necesarios que se

necesita para cubrir los costos totales están por debajo de la demanda proyectada, siendo así que se confirma la viabilidad operativa del local.

PALABRAS CLAVE

Estudio de factibilidad- gastronomía Otavaleña- identidad cultural- restaurante temático- turismo- rentabilidad- Lago San Pablo- inversión.

ABSTRACT

The main objective of this thesis is to evaluate the feasibility of implementing the themed restaurant “A World of Delights and Culture” in the San Pablo Lake area. This study aims to merge the importance of offering exclusively traditional dishes from the local, specifically from the city of Otavalo, where culinary traditions are deeply rooted in the surrounding communities.

The restaurant seeks not only to generate income through sales but also to add culture value to its service by prioritizing and highlighting the local heritage of Otavalo and its neighboring parishes and communities. The goal is to strengthen tourism in the area and contribute to the development of a solid gastronomic tourism identity centered around San Pablo Lake.

Aligned with this identity, this thesis includes a market, technical, organizational, legal, and financial study to determine the Project's overall feasibility. The findings show positive indicators reflecting a growing potential demand, as well as strong acceptance of the idea of establishing it as an innovative Project that tourists are eager to experience.

From a financial perspective, the Project's profitability was analyzed in both the short and long term using financial evaluation indicators. The results show an initial investment of \$ 33,012.77, a rate of return of 37% a net present value of \$ 6,249.10 and an investment recovery period of approximately 2 years and 11 months, which is considered short and attractive for capital recovery- reinforcing the Project's financial viability.

Regarding the break-even point, annual revenues are projected to range between \$23,060.00 and \$27,386.05, over the five-year period. Additionally, the number of units required to cover total costs remains below the projected demand, thereby confirming the operational feasibility of the restaurant.

KEY WORDS. -

Feasibility study- Otavaleña gastronomy- cultural identity- themed restaurant- tourism- profitability- San Pablo Lake- investment.

INTRODUCCIÓN

El estudio de factibilidad se manejó en términos de indagación, en la cual una empresa pueda determinar si las condiciones en las que se desarrollaría su negocio es el más ideal. Según Guasco & Luna, (2022), también nos mencionó que se consideraban diferentes factores que se debían analizarse para llevar a cabo este proyecto, manteniendo un objetivo de viabilidad, considerando la factibilidad económica, comercial, operativa, técnica, legal y de tiempo. Todo esto con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, a través del intercambio de ganancias para que pueda tener éxito el negocio al momento de operar.

Por tanto, acorde al estudio de factibilidad que se presentó, el restaurante “un mundo de delicias y cultura”, pretendía dar respuesta a la factibilidad del negocio en la comunidad de Araque, específicamente en el Lago San Pablo. De esta manera, se buscaba que el servicio gastronómico-cultural que ofreciera el negocio representara en los últimos años una fuente de rentabilidad e intereses económicos, como también una imagen de refortalecimiento de la cultura a través de su ambientación inspirada en la cultural Otavaleña.

Partiendo así de un estudio en términos de investigación económica, técnica, comercial, se aspiraba a potenciar el proyecto en el ambiente turístico del sector, además se consideró generar un aporte con este implemento de proyecto local, de manera que se pudieran crear nuevas fuentes de empleo, como también brindar al turista la posibilidad de estar envuelto en el conocimiento la cultura y contribuir al desarrollo de turismo, al igual que al mejoramiento de la economía local.

Objetivos del trabajo

1. Efectuar el estudio de mercado con el fin de poder determinar la factibilidad de demanda, oferta, y demanda insatisfecha.

2. Realizar un estudio técnico para encontrar el tamaño favorable del restaurante, localización.
3. Realizar un estudio organizacional con el fin de llegar a definir el tipo de empresa desde el punto legal, como también el estudio administrativo de la misma.
4. Realizar un estudio económico y financiero para decidir cuáles van a ser las inversiones requeridas y también para conocer el flujo de efectivo que genera el restaurante, a lo largo del periodo de 5 años.
5. Realizar una evaluación del restaurante para lograr llegar a conocer la rentabilidad que se genere en el restaurante.

CONTENIDO O CUERPO DEL TEXTO

1. REVISIÓN LITERARIA

1.1 Marco teórico

1.1.1 Restaurante temático

Los restaurantes trascendieron en la historia por su manera de incursionarse en el mundo empresarial e innovar sus instalaciones, se conoció que el primer restaurante surgió en París en 1765, sin embargo, el momento exacto que comenzaron a expandirse las sucursales y un mayor conocimiento de esta denominación de restaurante fue en 1783 en España y otros países hispanoamericanos. (Arozarena , 2023)

Con ello se dio paso a la creación de nuevos restaurantes en diferentes países la competencia en el mundo culinario avanzó con ideas propias de cada establecimiento de plantear mejoras en sus diseños decorativos, según Gudiño (2020), el restaurante temático “Tuvo su origen en los años 30’s, estaba ubicado en la calle South Olive 618 en L.A., se llamaba Fantasia Pacific Sea’s, tenía como temática la Polinesia, recreaba un paraíso tropical con chozas y palmeras.” (párr..3).

1.1.2 Cultura Otavaleña

Según Pupiales y Verdugo (2017), Otavalo fue una representación amplia de cultura que se presentó como propia de cada comunidad, sin embargo, en el caso del Lago san Pablo que específicamente en la comunidad de Araque, parroquia San Pablo, se evidenció que a pesar de permanecer varias comunidades en el cantón Otavalo cada una conservó su propia cultura. No obstante, que al estar interrelacionadas conformaron una ciudad rica en identidad y desarrollo.

Como señala Pupiales & Verdugo, (2017):

La reflexión se orienta en torno a la cultura como creación, como suma de actos creadores, como el escenario donde se despliega el potencial creativo de las comunidades

que se han ido, históricamente, construyendo a sí mismas movidas por elevados ideales de progreso, paz y bienestar. (p.157)

De acuerdo a lo citado anteriormente se indicó que dentro de la cultura Otavaleña se desplegaron varios hitos de desarrollo que las personas de cada comunidad incorporaron a su diario vivir para generar un desarrollo de avance y de identidad. En este contexto, se integraron al desarrollo económico actividades referentes a las artesanías, gastronomía, vestimenta, idioma, la música y baile tradicional del lugar.

1.1.3 Turismo en el lago San Pablo

Según la Consultoría Yanapay (2020), el tema del turismo comunitario fue considerado en ese entonces como un progreso de desarrollo económico. En el Lago San Pablo se mantuvieron actividades de desarrollo denominadas como ecoturismo, sostenibilidad, que van dirigidos por organismos privados y entes públicos, con la finalidad de generar estrategias e iniciativas para mejorar continuamente el destino turístico que ofrece la ciudad de Otavalo. (p.65)

En el antecedente presentado del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia de San Pablo del Lago, acorde a la Consultoría Yanapay (2020), se manifestó que este lugar recibió un alto número de turistas nacionales y extranjeros que visitan el lugar. Sin embargo, se aclaró que el mayor número de visitantes al lugar son turistas nacionales, provenientes de las ciudades de Guayaquil y Quito, debido a la reputación del Lago San Pablo como uno de los destinos más turísticos de Imbabura. Las instalaciones del Lago San Pablo ofrecieron las condiciones necesarias para que la gente comunera pueda ubicar sus emprendimientos, como restaurantes y otras actividades recreativas, contribuyendo en gran parte a realzar el atractivo turístico de la zona. (p.86).

1.1.4 Gastronomía en el Lago San Pablo

De acuerdo con Vallejos, Torres y Enríquez (2017), la gastronomía que mantuvieron los Otavaleños desde sus antepasados ha tenido mayor realce hasta tiempos recientes.

Según estos autores:

La importancia de la cocina ancestral otavaleña, se observa y vive en la gastronomía, cultura, tradición y cosmovisión, porque de ella se deriva numerosos platos, con sus ingredientes, utensilios y técnicas culinarias ancestrales dando sabores diferentes en sus preparaciones; un legado patrimonial que aún va manteniéndose en los hogares indígenas de la comunidad, y es la base fundamental de la unión y esencia cultural del pueblo indígena Otavalo desde sus inicios. (p.113)

En función a lo mencionado, se destacó de que en la comunidad de Araque como en las otras comunidades de Otavalo lo que se buscó fue que los turistas prueben sabores diferentes a lo cotidiano y experimenten sabores distintos. Con base en Infoturismo (2019), se presentaron los platos típicos del sector, presentando así el trabajo de las personas que habitan el en lugar y se dedicaron a ofrecer sus comidas con la implementación se granos, frutos de sus mismas tierras, ingredientes que fueron incorporados en las preparaciones de los platos típicos del lugar.

Tabla 1*Platos típicos del Parque Acuático*

Número	Platos Típicos	Detalle
1	Fritada	Fritos de chanco combinado con tostado, mote que se acompaña con la papa y la ensalada de tomate combinado con la cebolla
2	Empanadas	Es echa de harina de trigo y algunos casos se utiliza la harina de maíz, sin embargo, va rellena de plátano o queso.
3	Hornado	Tiene trozos de carne de cerdo que se acompaña con tortillas de papa, mote y tostado
4	Caldo de gallina	Contiene granos de arroz, y verduras para dar sabor al plato.
5	Tilapia	Se presenta con mayor frecuencia los fines de semana, y es acompañado de papas cocinadas conjuntamente con tostado entre otros granos.
6	Chochos con mote	Está realizado de maíz seco tostado y los chochos cocinados, sin olvidar la ensalada como acompañante para la presentación del plato.

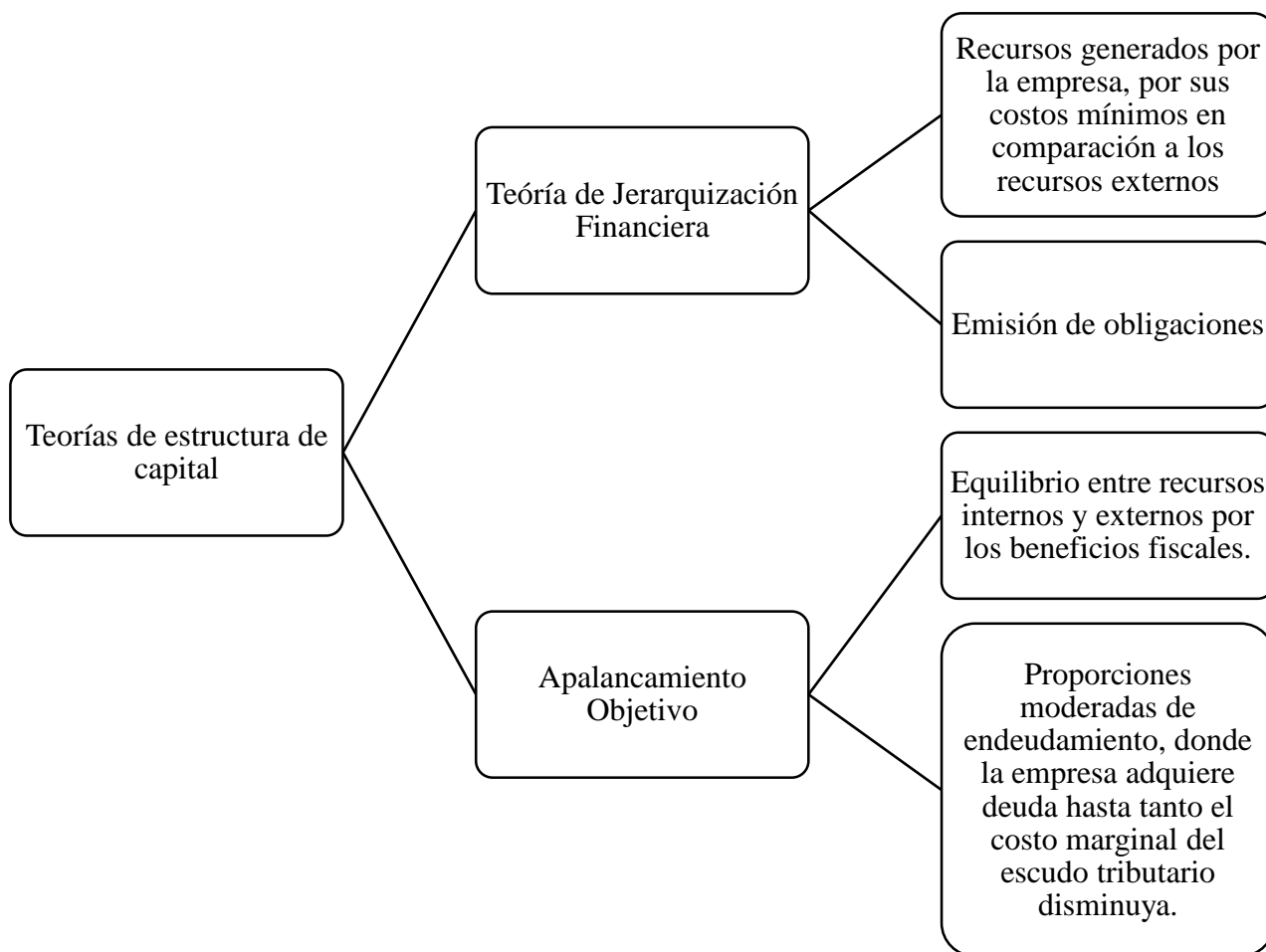
1.1.5 Teorías de estructura de capital

El tipo de financiamiento más recurrente que la mayor parte de emprendimientos ecuatorianos se ejecutaron por los préstamos bancarios. Sin embargo, la mayoría de microempresarios inició gracias a sus actividades de ahorros personales, y como segunda fuente alternativa, aunque menos frecuente, estuvieron los préstamos de instituciones financieras. (Carvajal, Auerbach, Vivanco, & Guerrero, 2020)

Referente a lo mencionado por Carvajal, Auerbach, Vivanco, & Guerrero, (2020), el tipo de financiamiento para una microempresa que había transitado al Régimen Impositivo para Microempresas (RIMPE), fue analizado en cuanto a la implementación del negocio acorde a una evaluación económica y financiera del establecimiento. Este análisis consideró las proyecciones de costos y gastos, realizando un flujo de caja basado en la proyección de la inversión inicial del negocio. De esta manera, se permitió al emprendedor estimar las condiciones de operación económicas y financieras en las que se debe regir. A partir de este análisis, se desplegaron las fuentes de financiamiento que se debieron considerar para el restaurante “un mundo de delicias y cultura”.

Figura 1

Teorías de la estructura del capital



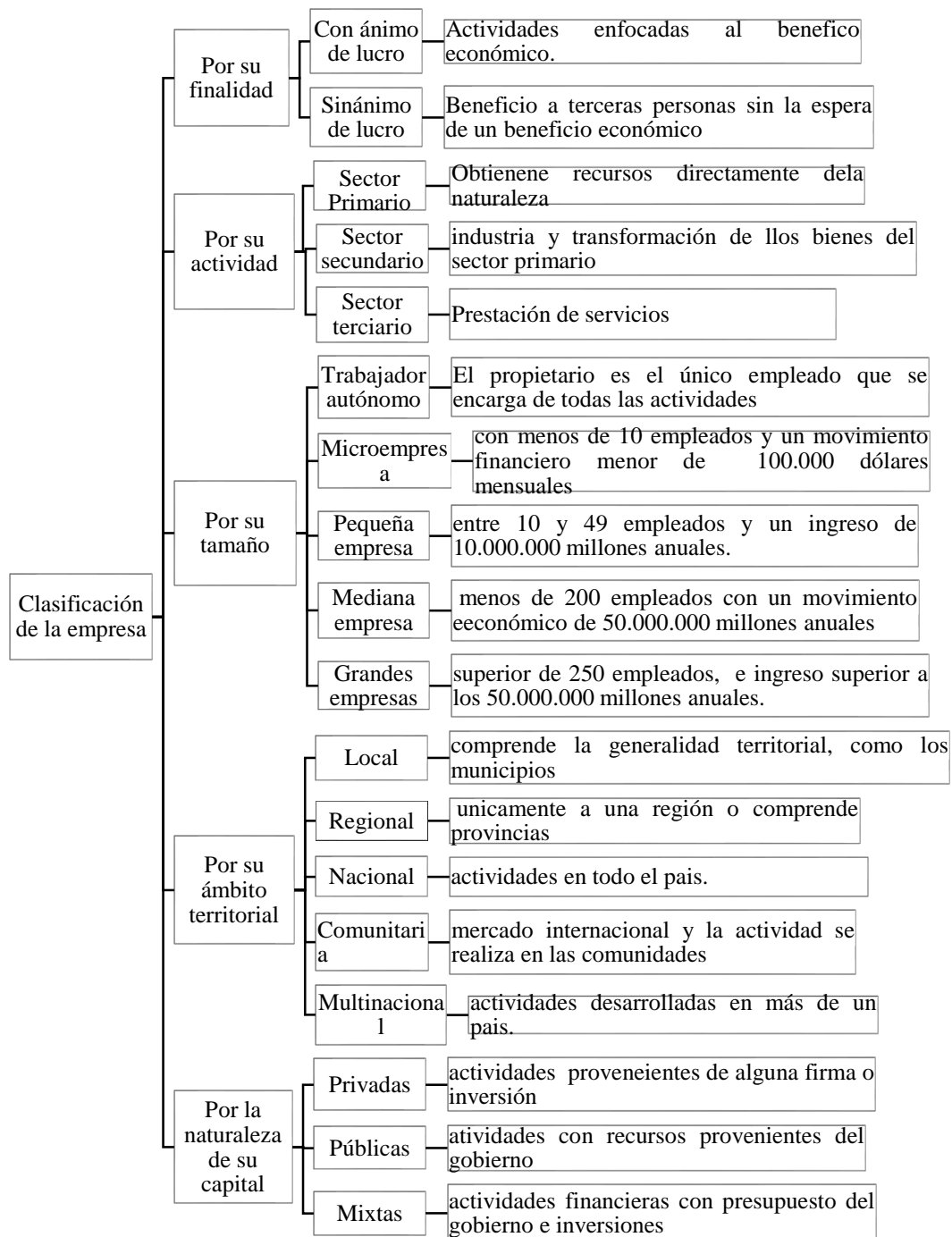
Para Carvajal y Carvajal (2018), las teorías de estructura de capital establecen estrategias de financiamiento para un negocio, lo cual prevén una inversión en nuevas ideas o proyectos para impulsar el logro de éxito en todo tipo de negocio. Con el gráfico presentado, se muestra dos tipos de teoría, que van en función a la actividad económica realizada por cada empresa. En el caso del restaurante “un mundo de delicias y cultura” la mejor teoría que se adaptó fue financiarse con recursos propios, ya que al constituirse como una microempresa las deudas se generan a corto plazo. Esto se debió a que, para poner en marcha el local, se consideró un capital de riesgo. En comparación con las grandes empresas, que suelen vincular su financiamiento con instituciones financieras a un periodo de largo plazo, esta estrategia resultó más adecuada para el tipo de emprendimiento que se está llevando a cabo.

1.1.6 Clasificación de una empresa

Para comenzar con la explicación legal que conformó la normativa, reglamentos y requisitos, se tomó como base la actividad económica y social que generaría el restaurante temático “un mundo de delicias y cultura” en el Lago San Pablo. Se resaltó que el inicio de sus operaciones se realizó bajo la denominación de emprendimiento, con la constitución de persona natural. De esta manera, operó bajo el Régimen Impositivo para Microempresas (RIMPE), considerando que el restaurante estuvo orientado a un de progreso a largo plazo, y según Bayona (2018), quien presentó una clasificación de empresas, y de acuerdo con su análisis, la creación del restaurante se ubicó bajo la categoría de trabajador autónomo, en cuanto a la clasificación por tamaño.

Figura 2

Tipo de clasificación de una empresa



1.2 Marco Lega

12.1 Tipo de empresa

Tal como lo indicó el SRI (2024), el restaurante “un mundo de delicias y cultura” ubicada en el Lago San Pablo consideró todas las disposiciones y normativas para su funcionamiento inicial como un RIMPE-emprendedor. A través de este régimen tributario operó como un pequeño negocio bajo la responsabilidad de una persona natural, cumpliendo con las respectivas obligaciones, requisitos, beneficios.

No obstante, se proyectó una visión estratégica de crecimiento para restaurante. Como señaló la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS, 2024), un emprendimiento tiene la posibilidad de conformarse como una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), lo que brindó la oportunidad a la persona natural o jurídica de impulsar su economía mediante una figura empresarial que facilite el acceso a créditos como también a la optimización de procesos productivos como negocio.

1.2.2 Normas tributarias

En función a las normativas legales aplicables bajo el RIMPE- emprendedor, el restaurante consideró algunos aspectos bajo las normas mercantiles según la resolución Nro. NAC-DGERCGC24-00000027 de Servicio de Rentas Internas (SRI,2024), los cuales son:

- Emisión de comprobantes de venta, retención y otros documentos complementarios de manera electronica.
- Ingresos brutos de hasta 300.000,00 al 31 de diciembre del año anterior.
- Considerado para actividades gastronomicas.
- La declaración y pago del Impuesto a la Renta se efectuará de forma anual según el 9no dígito del RUC.

- Declaraciones semestrales del IVA (julio y enero)
- Declaración del Impuesto a la Renta en el mes de marzo

Con respecto a los elementos necesarios que se incluyen para la constitución del negocio como en su obligación de cumplir las normativas tributarias según el Servicio de Rentas Internas (SRI,2025), los requisitos son:

- Inscripción al RUC
- Emisión y entrega de comprobantes de venta registrados y autorizados por el SRI
- Llevar el registro de ingreso y gastos que opere el negocio
- Presentación de la declaración de Impuestos y los pagos a tiempo.

1.2.3 Normas laborales

De acuerdo al Código del Trabajo (2020), se establecieron normativas orientadas en establecer y hacer valer los derechos y deberes laborales sin importar el tamaño o tipo de negocio. En Ecuador a través de estas regulaciones ofrecieron una guía para los empleadores, como para el empleado, por lo que, al convertirse en negocio familiar, el emprendimiento pasa a ser un tipo de negocio y por ende debe hacerse un registro como empleador en el Instituto de Seguridad Social (IESS), además de identificar los siguientes puntos.

1. Registro de los Trabajadores en el SUT.
2. tipo de contrato de trabajo con el que va a operar por escrito y debe estar registrado en el Sistema Único de Trabajo (SUT) del Ministerio de Trabajo.
3. Obligaciones ante el Ministerio de Trabajo
4. cumplir con el pago del salario y beneficios que se apliquen acorde al año a ejecutarse el emprendimiento.

5. Respetar la jornada laboral de 8 horas diarias y 40 horas semanales y horas extras según el código de trabajo.
6. Llevar un registro y presentar las declaraciones periódicas de acuerdo a las obligaciones patronales.

Adicionalmente según González, Macías, Pulla, & Román (2021), indicaron que los emprendedores en el país es extenso ya que se ha manejado la idea de generar un autoempleo como sustento económico familiar. A pesar del número bajo de trabajadores en las microempresas, estas debieron cumplir con rigurosidad las normas de sostenibilidad laboral, respetando el salario básico conforme la ley y la tabla de sueldos y salarios mínimos sectoriales correspondiente al año de ejecución del negocio.

1.2.4 Licencias y permisos municipales

Para el funcionamiento del restaurante gestionó los permisos obligatorios, según el Ministerio de Gobierno (MDG, 2024), nos plantea los siguientes requisitos obligatorios que debe tener un local de consumo de alimentos preparados.

1. Patente Municipal
2. Permiso de funcionamiento del ARCSA
3. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

De acuerdo a lo estipulado anteriormente la licencia sanitaria resultó esencial para el establecimiento de alimentos preparados, ya que la higiene presentó una prioridad para la salud y bienestar de los clientes. Así mismo, se obtuvo el permiso de seguridad contra incendios, tramitado ante el Cuerpo de Bomberos local, en el cual implicó inspecciones a extintores, salidas de emergencia, entre otros elementos de seguridad.

1.2.5 Registro de Turismo

El restaurante “un mundo de delicias y cultura” procedió a emitir el Registro de Turismo pertinente a la provincia de Imbabura, cuya tramitación se llevó a cabo en la ciudad de Quito. Esta acción fue necesaria debido a que el restaurante funcionó como parte de los servicios turísticos. Según el Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito (GADDMQ, 2022), “El registro del turismo, es la inscripción del establecimiento turístico en donde se determina la actividad, tipo y categoría, desarrollada por personas naturales y jurídicas, conforme con el reglamento de alimentos y bebidas (Cafeterías, Restaurantes, Discotecas y Bares)” (párr. 1). De esta manera, el restaurante quedó formalmente registrado en el agente regulador del Ministerio de Turismo, obteniendo así una licencia de funcionamiento turístico.

1.3 Aspecto contable

1.3.1 Normativa contable aplicable NIIF

Según lo afirmado por Chávez (2025), y conforme a la Tercera Edición de la NIIF para las PYMES, publicada por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), se establecieron nuevos antecedentes de aplicación en el cual se presenta cambios en el conjunto de normas aplicables con el objetivo de dar facilidad en los requerimientos.

Siguiendo la misma línea en esta tercera edición se presenta los siguientes apartados:

1. Pequeñas y medianas entidades (PYMES): de acuerdo a los criterios de tamaño debe cumplir con las siguientes características de tener 50 millones de dólares en activos totales y menos de 10 millones de dólares en ingresos anuales y menos de 50 empleados.
2. No tienen la obligación pública de rendir cuentas y presentar informes financieros, sin embargo, se debe seguir los principios y requisitos de divulgación financiera para asegurar que las entidades ofrezcan una fiel comprensión de la situación financiera

3. Facilidad de transición de las PYMES para un crecimiento y expansión.

1.3.2 Indicadores Financieros

De acuerdo con lo manifestado por Ramírez , Vidal, & Domínguez (2009), para el desarrollo del estudio de factibilidad del restaurante fue necesario aplicar diversos indicadores financieros, con el fin de analizar la viabilidad económica del negocio de manera que se utilizó herramientas fundamentales de evaluación económica y financiera, tales como:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Período de Recuperación
- Índice de rentabilidad

La aplicación de estos indicadores permitió realizar un análisis cuantitativo y cualitativo, facilitando una toma de decisiones fundamentada respecto a la inversión del negocio, siendo una parte crucial para determinar el grado de factibilidad del proyecto y sus beneficios potenciales.

1.4 Marco Conceptual

1.4.1 Aspecto temático

Para comprender la relevancia de implementar un restaurante temático, Martínez, (2023), sostuvo que:

“En la industria de la hostelería y el turismo, los restaurantes temáticos han emergido como destinos imprescindibles para los viajeros y locales por igual. Estos establecimientos no solo ofrecen delicias culinarias, sino también inmersión en mundos imaginarios que transportan a los comensales a aventuras gastronómicas únicas y memorables.”(párr.1).

Con base a esta cita, el restaurante temático “un mundo delicias y cultura” se orientó a la creación de un espacio que brindara una experiencia inmersiva de la cultura Otavaleña, combinado con la

propuesta de la oferta gastronómica que exaltara los sabores y tradiciones de la cultura de San Pablo del Lago. Para consolidarse como un restaurante temático, se contemplaron las siguientes características:

- Entorno cautivador con iluminación rustica.
- Mobiliario acorde al diseño temático elegido.
- Escenas icónicas representadas en paredes y espacios del restaurante.
- Integración de elementos naturales acorde con la temática.
- Vestimenta del personal acorde a la temática.
- Diseño y contenido del menú

1.4.2 Impacto del turismo en el Lago San Pablo

En la comunidad de Araque, específicamente cerca al Lago San Pablo y en donde se situó el restaurante “un mundo de delicias y cultura”, este lugar turístico de Imbabura recibió un importante flujo de visitantes. Según Turisec,(2022), plantea que en su estudio basado en opiniones de residentes y trabajadores del puerto Cachiviro, lugar turístico que rodea el Lago San Pablo, se indicó que, a pesar del impacto negativo del COVID-19 y sus persecuciones en el aspecto del turismo para el año actual 2022 se registró un promedio de 3.000 visitantes cada fin de semana, además se resalta que en los feriados la cifra llega a duplicarse.

1.4.3 Gastronomía tradicional

El termino de gastronomía tradicional se entendió como la expresión del vínculo entre el legado histórico y la cultural con las generaciones actuales, de manera que mediante la implementación de aquella se fortalece el sentido de relación entre diferentes individuos que buscan la unión de sensaciones y emociones. Además, se destacó su valor identitario, ya que refleja las tradiciones locales con respecto al

tiempo y el conocimiento ancestral y el uso de los alimentos originarios del lugar, evidenciando así el valor histórico del lugar. (Troncoso, 2019).

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Tipo de la investigación

De acuerdo a la presente investigación realizada, se manejó una investigación exploratoria y descriptiva, lo cual permitió llegar a conocer los gustos o preferencias de los clientes con respecto a los productos tradicionales ofrecidos en el sector. Además, se logró reconocer las condiciones necesarias que debe mantener el restaurante temático, identificando variables claves para el funcionamiento del negocio, como el análisis del mercado, la competencia, estudio financiero y la evaluación de factibilidad con relación a un nuevo modelo de negocio. (Cruz, 2023)

2.2 Enfoque de la investigación

De acuerdo al tipo de investigación que se empleó, se buscó implementar un enfoque mixto, ya que la recolección de información se realizó a través de encuestas, con las cuales se obtuvieron datos numéricos. Además, se integró la técnica de observación con el fin de procesar toda la información recabada y generar un estudio y análisis de la situación del negocio. Posteriormente al uso de la investigación exploratoria se llevó a cabo una indagación descriptiva, entendida como un análisis detallado. Tras la recolección de información y datos en la etapa exploratoria, se procedió con la fase descriptiva, que es considerada como una fase más avanzada en la que se analizó la información necesaria y suficiente de la idea del negocio. (Cruz, 2023).

2.3 Investigación de mercado

Tabla 2

Matriz de la Investigación del Mercado

Objetivo	Variable	Indicador	Técnica	Fuente de la información
Analizar la oferta o competencia a través de diferentes indicadores como el examinar el número de restaurantes similares, precio, productos y publicidad entre otras variables con relación a la	Oferta o Competencia	Número de restaurantes existentes	Observación y fuentes secundarias	Visita personal a los lugares Investigación en páginas web.
		Número restaurantes temáticos	Fuentes secundarias Observación	Visita personal a la competencia
	Precios	Observación	Visita personal a la competencia	
	Productos	Fuentes secundarias		
	Publicidad	Observación	Revisión en páginas sociales	
	Accesibilidad	Observación	Visita a la competencia	

<p>competencia para llegar a establecer una base sólida de conocimientos y aspectos generales que faciliten el análisis y la factibilidad de la creación del restaurante temático.</p>	<p>Disponibilidad de servicios básicos</p> <p>Infraestructura</p> <p>Diseño arquitectónico</p> <p>Número estimado de clientes</p> <p>Temporalidad</p>	<p>Fuentes secundarias y observación</p> <p>Fuentes secundarias</p> <p>Fuentes secundarias</p> <p>Fuentes públicas</p> <p>Modelos predictivos</p>	<p>Visita personal a la competencia</p> <p>Plataformas digitales de publicidad de la competencia</p> <p>Páginas web</p> <p>Libros digitales</p> <p>Escucha Social</p> <p>Datos históricos en libros y páginas web del sector</p>	
<p>Estudiar los diferentes indicadores que</p>	<p>Demanda/ Tendencias</p>	<p>Demografía y Segmentación</p> <p>Interés cultural</p>	<p>Fuentes primarias</p> <p>Investigación social</p>	<p>Libros y documentos locales</p> <p>Fuentes documentales</p>

manejara la	Tendencias gastronómicas	Observación	Personas locales y nacionales
demanda del			
restaurante	Estacionalidad	Fuentes secundarias	
temático con el			
objetivo de llegar a	Comportamiento	Encuestas	Artículos de revistas.
conocer de manera	Consumidor	Encuestas	Preferencias y expectativas
esencial la	Precios	Encuestas	Personas locales y nacionales
importancia de la			
preferencia y	Productos	Encuestas	Personas locales y nacionales
expectativa del	Publicidad	Análisis de medios	Canales publicitarios
consumidor,			
enfocada en brindar	Potenciales clientes	Encuestas y observación	Clientes nacionales y locales
un servicio de	Accesibilidad	Investigación Documental	Examinar documentos
calidad y una			
experiencia cercana	Diseño arquitectónico	Observación	Análisis del espacio, estética,
a conocer la cultura	Disponibilidad de servicios	Observación	funcionalidad y sostenibilidad
	básicos		de la estructura.

Otavaleña reflejada
en los espacios
temáticos del
restaurante.

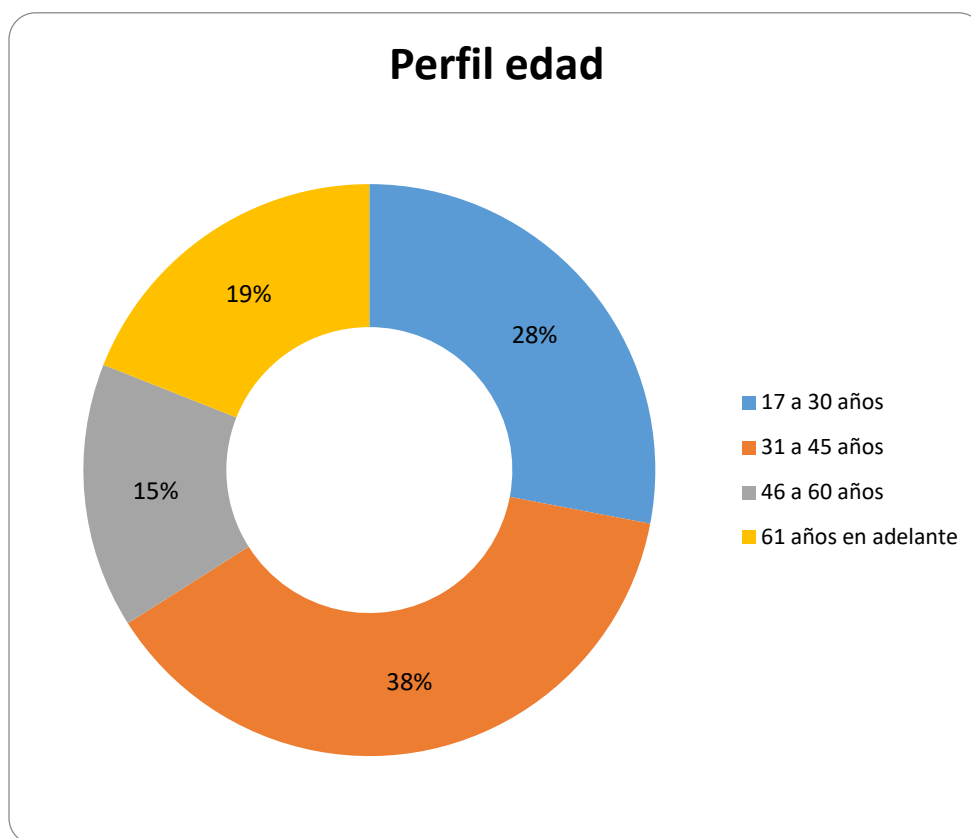
Visita y recorrido en el lugar
que se establecerá el
restaurante

2.4 Población

La población que se tomó como base para la investigación de factibilidad del restaurante temático “un mundo de delicias y cultura” en la comunidad de Araque, perteneciente a la parroquia de San Pablo de la ciudad de Otavalo, fue analizada en función con el número de turistas que visitaron la ciudad.

Figura 3

Perfil del visitante edad



Según la información proporcionada por la casa de Turismo (Flores , 2024), en el año 2023 el número total de turistas que visitan la ciudad de Otavalo es de 208.101 personas. En cuanto al perfil de los visitantes por rangos de edad, se registró que el 28% tenía entre 17 y 30 años, mientras que 38% se encontraba con el rango de 31 a 45 años. Considerando estos datos, se estimó la población de turistas acorde a la edad tomando como base el grupo comprendido de turistas entre los 17 a 45 años de edad.

2.5 Muestra

La investigación se delimitó a un grupo de personas enfocadas a los turistas que visitan el Lago San Pablo, de manera que los datos fueron recolectados de entidades relacionadas con aspectos de turismo de la ciudad de Otavalo.

Según información proporcionada, (Flores , 2024), Director de Desarrollo Productivo de la Casa de Turismo de la ciudad, no existe datos específicos de los turistas que visitan el Lago San Pablo, por esta razón, se recurrió a la búsqueda de la información en diferentes centros turísticos en la ciudad de Otavalo e Ibarra, incluyendo visitas a agencias de turismo y al Consejo Provincial de Imbabura. No obstante, estas entidades no disponían de un documento detallado del número de turistas que visitan el Lago San Pablo. Ante esta limitación, se optó por utilizar datos provenientes de un estudio de factibilidad previo, el cual muestra el porcentaje de turistas que visitan el Lago San Pablo a través de un análisis conforme a las encuestas aplicadas en la investigación de tesis.

Tabla 3

Información para el cálculo de la muestra

Detalle	Datos
Total, de turistas nacionales e extranjeros sitaron a la Ciudad de Otavalo en el año 2023.	208.101
Turistas nacionales y extranjeros que on el Lago San Pablo.	33%
Total de turistas que visitan el Lago San	68.673

De acuerdo a los datos presentados, se estimó que el número de turistas que pueden estar ingresando al Lago San Pablo cada año es de 68.673 turistas nacionales y extranjeros. No obstante, con el objetivo de validar esta cifra se procedió a analizar otras fuentes de información primarias, sobre el registro del ingreso de turistas al sector, con el fin de obtener datos ajustados a la muestra.

Esta fuente adicional proporcionó un sondeo del número de turistas a partir de los registros y ventas de boletos del ingreso de automóviles al Parque Acuático. La comunidad de Araque utilizó estos registros como respaldos para establecer los ingresos mensuales. Por tal motivo, se realizó un acercamiento al presidente de la comunidad, al Señor Oswaldo Caragullín, para solicitar la siguiente información, obteniéndose así un rango del promedio del número de turistas que visitaron el Parque Acuático en el año 2024, con un aproximado de 35.000 boletos que se vendieron en el año, considerando que por la entrada de cada automóvil el ingreso es de 2 a tres turistas al Lago.

Cálculo de la muestra según (Varela, 2019)

Datos:

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

n = tamaño de la muestra que se busca.

N = Población a estudiarse

σ = desviación estándar de la población. Cuando este dato es desconocido, se utiliza una constante que equivale a 0.5

Z = nivel de confianza, 95%=1,96.

$N-1$ = Corrección para muestras superiores a 30 unidades

e = error de muestra del 5% = 0,05.

Donde al calcular tenemos un resultado muestra de

$$n = \frac{68.673 * (1,96)^2 * (0,5)^2}{(68.673 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = 382,03$$

$$n \approx 382 \text{ personas}$$

De esta forma se obtuvo una muestra de 382 turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Lago San Pablo, considerando una de las opciones turísticas más reconocida cantón Otavalo. Por esta razón, se aplicó una encuesta como instrumento de investigación para recolectar la información necesaria para el desarrollo del estudio de mercado del proyecto. Además, los elementos muestrales fueron seleccionados mediante un tipo de muestreo sistemático, siguiendo la tendencia de visitas al sector, fue aplicado principalmente durante los fines de semana y feriados, ya que, según registros y observaciones previas, estos periodos concentran a un mayor número de visitantes al Lago San Pablo.

2.6 Instrumentos

Para la recolección de datos e información necesaria, se empleó una ficha de observación que permitió conocer y analizar datos relevantes sobre la competencia en el sector del Lago San Pablo con relación a su aspecto gastronómico, servicio, infraestructura, etc. La ficha de observación que se realizó se presenta en el (Anexo 1).

En cuanto a su validación, esta se llevó a cabo mediante un seguimiento enfocado en la corrección del contenido. El proceso inició con la identificación de los indicadores correspondientes a las variables de oferta y demanda, previamente establecidas en la investigación del mercado. A partir de ello, se propusieron diversas ideas de evaluar, tales como la infraestructura, precios, productos, publicidad,

gastronomía, servicios, accesibilidad, diseño arquitectónico, tipo de restaurante, temporalidad, número estimado de clientes en los restaurantes seleccionados como modelos de competencia.

Con base en lo anterior, se elaboró un formato de ficha en Excel con el objetivo de validar la presentación de un modelo adecuado. Posteriormente, dicho formato, junto con su contenido y estructura, fue presentado a expertos, quienes otorgaron su aprobación, lo que permitió avanzar con la observación de campo.

Adicionalmente, se utilizó como instrumento un cuestionario, en el cual permitió recopilar información directa para identificar preferencias y expectativas de los turistas respecto a la posible implementación de un nuevo restaurante en el Lago San Pablo. (Anexo 3).

Para validar la encuesta, primero se definieron las secciones que esta debía contener, tales como el perfil del encuestado, preferencias sobre el tipo de restaurante, interés en platos típicos culturales, los canales de influencia en la decisión de consumo, expectativas sobre la infraestructura y ambientación del restaurante, importancia de servicios adicionales, e importancia temática cultural, y el comportamiento del consumidor con respecto a la visita y consumo.

Posteriormente, se diseñaron preguntas cerradas alineadas a las secciones establecida, lo que permitió identificar con mayor precisión las necesidades y expectativas de los potenciales clientes. Finalmente, se realizó una prueba piloto, tras la cual se efectuaron algunas modificaciones en el modelo de presentación de ciertas preguntas. Luego de la revisión por parte de expertos, se procedió a la creación definitiva del cuestionario mediante la plataforma de Google Forms, generando así el enlace válido para la recolección de información necesaria para el proyecto.

2.6.1 Aplicación del instrumento (formato, días, horas, plataformas, medios)

La ficha de observación se realizó los días 18 y 19 de abril del 2025, en los horarios comprendidos de 10:00 y la 1:00 pm, en la parroquia de San Pablo y sus alrededores del lago. La observación fue llevada a cabo de manera presencial, mediante visitas a los tres restaurantes seleccionados para el análisis. El recorrido inició en las Cabañas del Lago, continuó en Puerto Lago y finalizó en La Casa de la Hiedra. Para la recolección de información se implementó un registro de observación de campo, diseñada conforme a las variables e indicadores previamente definidos en el estudio. (Anexo 2)

La encuesta fue elaborada previamente con un formato físico y se aplicó inicialmente como prueba piloto a un grupo reducido de dos personas, en el día 6 de mayo del 2025, en los horarios comprendidos de 15:00 pm y 15:30pm, en la comunidad de Araque. La encuesta piloto fue realizada con el objetivo de verificar su claridad y pertinencia del contenido. (Anexo 4)

Luego, se procedió a la aplicación oficial del instrumento a los turistas que visitan el Lago San Pablo, durante el segundo fin de semana del 10, 11 y el último fin de semana el 31, 01 del mes de mayo, en los horarios comprendidos de 12:00 pm hasta las 16:00 pm, esto se aplicó digitalmente a través de la plataforma de Google Forms donde se recolecto cada opinión del turista.

2.6.2 Análisis de datos de instrumentos aplicados

2.6.2.1 Interpretación de la Observación

La ficha de observación fue un instrumento aplicado en San Pablo del Lago, con el objetivo de analizar tres tipos de restaurantes competidores: Cabañas del Lago, Puerto Lago y La Casa de la Hiedra. A partir de la observación de campo y la recolección de información, se logró identificar que Cabañas del Lago, Puerto Lago, y la Casa de la Hiedra son restaurantes tradicionales, cuya infraestructura y diseño arquitectónico guardaban una relación con lo rustico, sin embargo, su diseño no está acoplado a un tipo de restaurante temático.

Además, se destacó la importancia de elementos naturales en sus espacios, ya que la mayoría de sus instalaciones estaban conectadas con ambientes al aire libre. En cuanto a los precios, se observó que La casa de la Hiedra ofrecía una gama regular de platillos, incluidos algunos tradicionales de la zona, pero con precios accesibles para los turistas. Por otra parte, Cabañas del Lago presentaba precios muy altos, seguido de Puerto Lago, en los cuales se reconoce su variedad amplia de platos típicos de la zona, pero con precios no tan accesibles para el visitante.

Otro aspecto relevante analizado fue la accesibilidad. Se evidenció que Cabañas del Lago cuenta con una entrada más adecuada tanto para peatones como para automovilistas. Además, los tres restaurantes disponían de presencia en redes sociales, como también en páginas web, lo que facilitaba a los turistas obtener información sobre cómo llegar al lugar. Asimismo, se pudo contrastar que los tres establecimientos cuentan con servicios básicos necesarios para su funcionamiento.

Para finalizar, se concluyó que la demanda más concurrente por los turistas es Cabañas del Lago ya que requería un número considerable de reservas incluso entre semana. En cambio, Puerto Lago y La Casa de la Hiedra recibían un número de turistas moderado, aunque en temporadas altas o fines de semana los tres restaurantes tienen mayor afluencia de turistas. Considerando como fuente importante de análisis tras el acercamiento directo al realizar las fichas de observación y entablar una comunicación con parte del personal que se encuentra trabajando en estos restaurante se consolidó que la visita de turistas al año oscila entre 9.000 a 10.000 turistas anuales que visitan sus instalaciones.

Tabla 4:*Análisis de la ficha de Observación*

Restaurantes	Restaurante temático		Precios accesibles		Variedad de productos		Publicidad activa		Buena accesibilidad		Disponibilidad de servicios básicos		Infraestructura adecuada		Variaciones estacionales de la demanda		Oferta de espacios y servicios adicionales		Ventaja frente a la competencia
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
Cabañas del Lago		X		X	X		X		X		X		X		X		X		Oportunidad para diferenciarse en ofrecer un entorno temático claro y con precios más competitivos.
Puerto Lago		X	X		X		X		X		X		X		X		X		Oportunidad de ofrece servicios completos, conjuntamente con ambiente temático con una experiencia diferenciada, además de mejorar la accesibilidad del local con un ingreso más amigable y sin obstáculos.
La casa de la Hiedra		X	X		X		X		X		X		X		X		X		Oportunidad en la ubicación de partida al Lago San Pablo, que cuente con una entrada factible, y ofrecer espacios divididos en zonas específicas para se más atractivo.

2.6.2.2 Interpretación de la encuesta

Para identificar las preferencias y expectativas de los turistas sobre un nuevo restaurante en el Lago San Pablo, se aplicó una encuesta (Anexo 3), en los cuales se obtuvo los siguientes resultados.

Con el objetivo de realizar un análisis de la demanda en el presente estudio, se recopiló información sobre las respuestas de los encuestados respecto a las preguntas planteadas a continuación. En primero lugar, se exploró el perfil demográfico de los turistas y su frecuencia de visita al lago, para lo cual se analizaron las siguientes interrogantes.

Figura 4:

Edad del encuestado

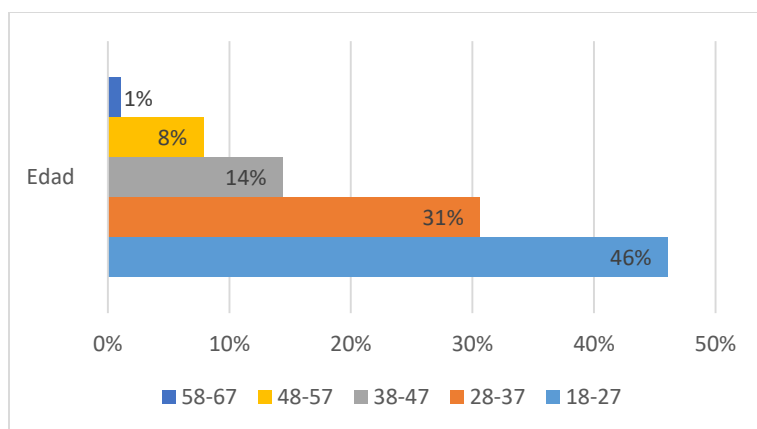


Figura 5:

Género del encuestado

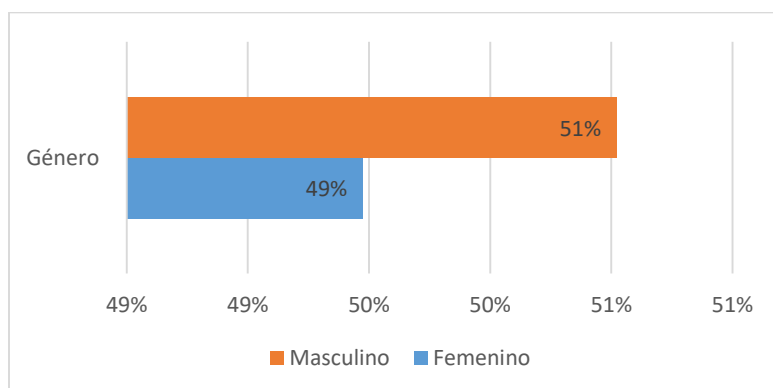
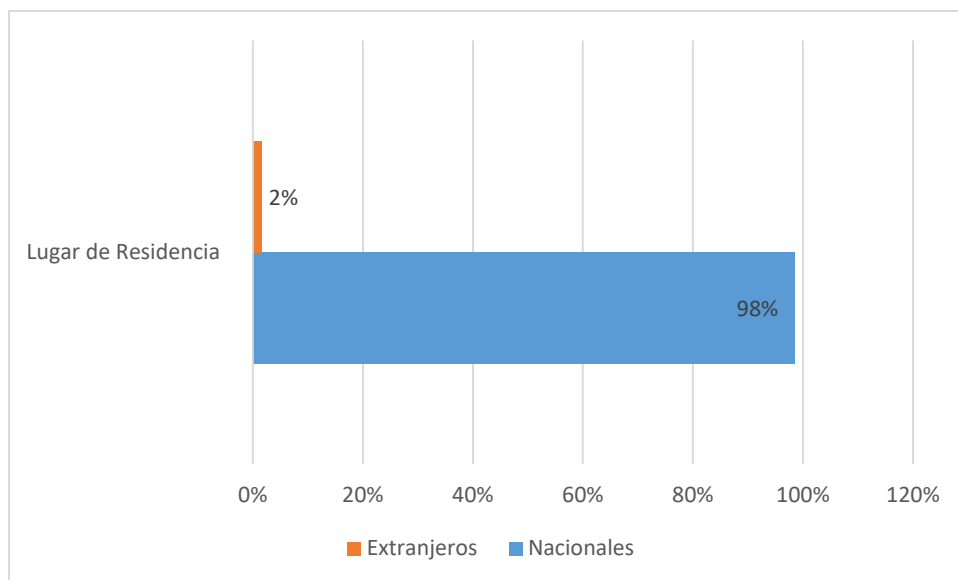
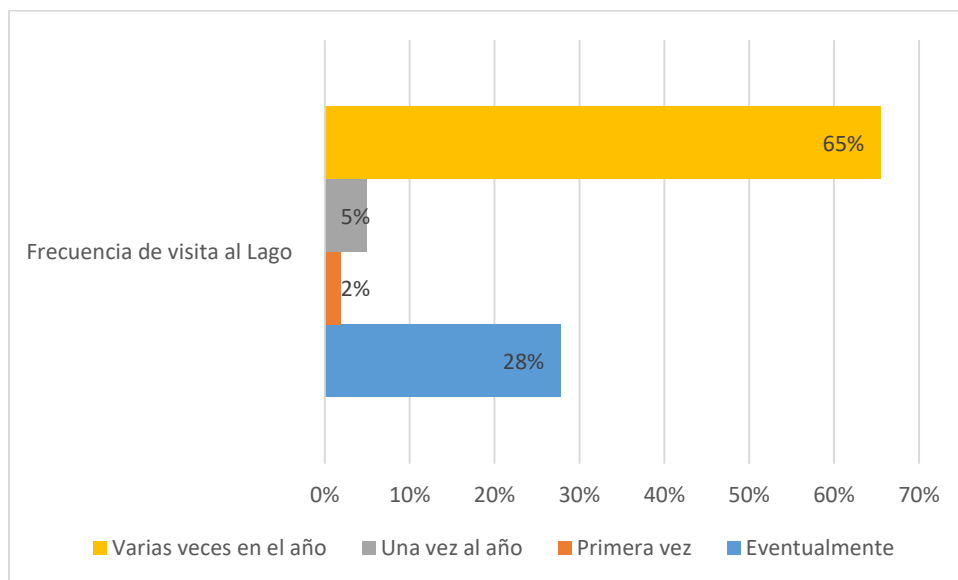
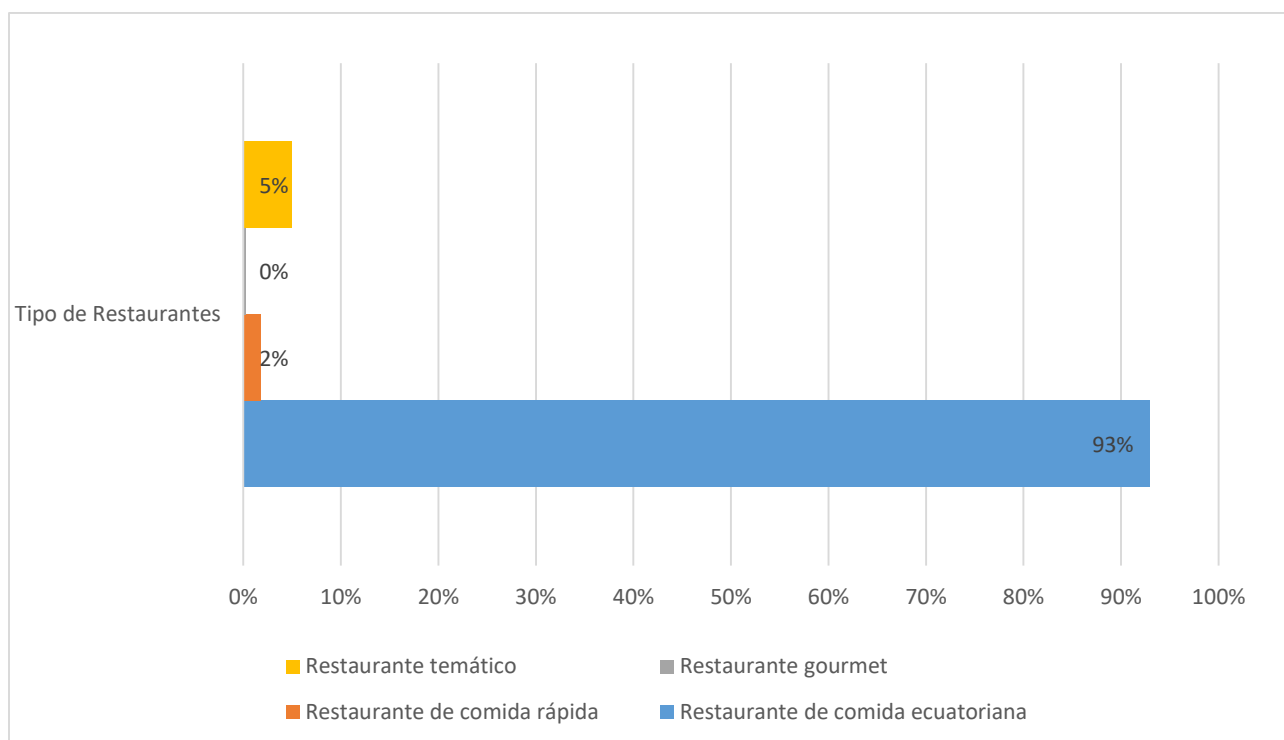
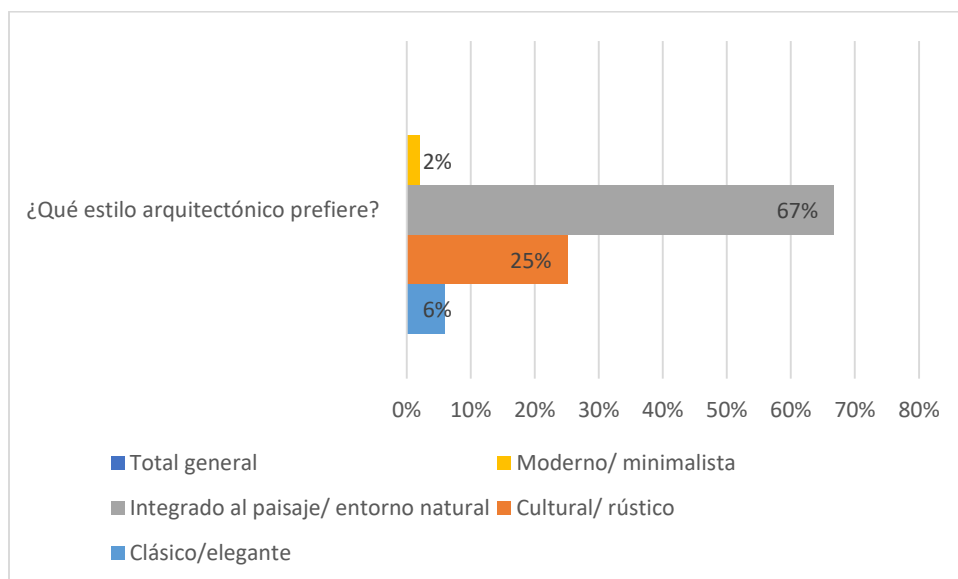


Figura 6*Lugar de residencia***Figura 7***Frecuencia de visita*

En esta aplicación el instrumento de investigación, en relación con el análisis de cada pregunta que se realizó, se obtuvo que los turistas que frecuentan el Lago San Pablo, se encontraban principalmente en el rango de edad de 18 a 27 años representando un 46%, porcentaje que resultó ser el más elevado. Seguidamente, el rango de edad de 28 a 37 años presentó un 31%. De este modo, se consideró que la mayor parte de los turistas que visitaron el Lago San Pablo tenían entre 18 y 37 años de edad. edad de los turistas que mayor frecuentan el Lago esta entre el rango de 18 a 37 años de edad. Asimismo, tras el análisis de las encuestas aplicadas, se determinó que no existía una diferencia significativa entre los géneros de los turistas.

En cuanto a su procedencia, considerando una clasificación de turistas nacionales y extranjeros. Se evidenció que la mayoría de los visitantes eran turistas nacionales, con un porcentaje del 98%, siendo Quito, Otavalo e Ibarra, las principales ciudades de origen de los turistas. Por su parte, los turistas extranjeros representaron a penas un 2%. Además, se obtuvieron resultados sobre la frecuencia en la que visitan el Lago, registrándose que un 65% de los encuestados afirmaron visitarlo varias veces al año, mientras que el 28% señalaron hacerlo eventualmente, lo que permitió confirmar que existía una alta frecuencia de visitas de turistas a este lugar turístico.

Por otra parte, se analizó el tipo de restaurantes que preferían los turistas nacionales y extranjeros, el nivel de precios que estaban dispuestos a pagar y el tipo de comida que les atraería consumir en el sector.

Figura 8*Elección del tipo de restaurante***Figura 9***Estilo arquitectónico de preferencia*

De acuerdo a los resultados obtenidos, los turistas que visitaron el Lago San Pablo mostraron una marcada preferencia de que el 93% de los visitantes manifestaron su interés en disfrutar y visitar restaurantes dedicados a la venta de comida ecuatoriana y que mantengan un estilo arquitectónico integrado al paisaje/ entorno natural representando un 67% de conformidad.

Sin embargo, en su visita también se consideró otros aspectos importantes que llaman su atención del porque visitar exclusivamente este tipo de restaurantes en el Lago San Pablo, llegando a los resultados siguientes:

Figura 10

Preferencias Gastronómicas

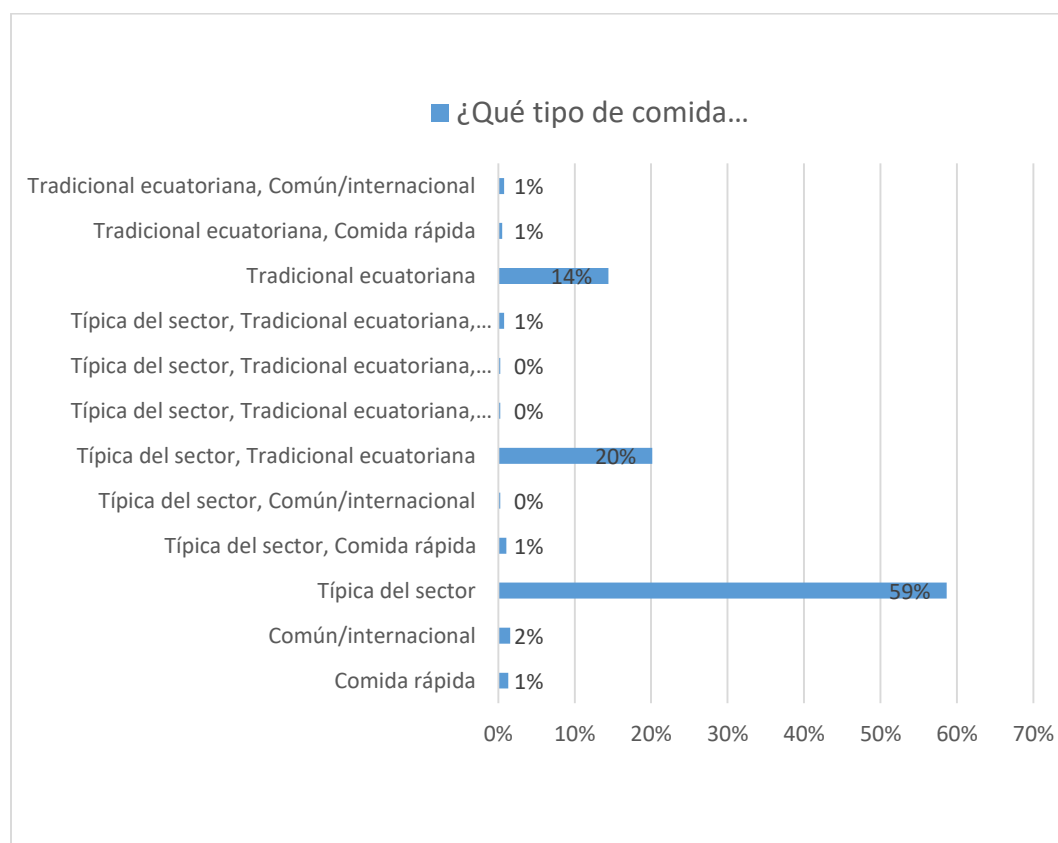
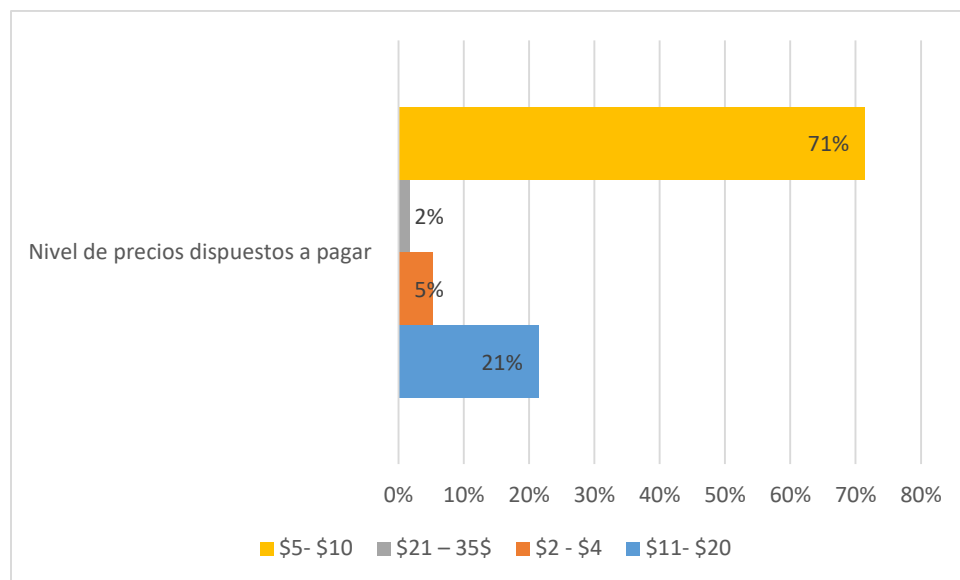


Figura 11*Rango de precios aceptables*

De esta manera, se obtuvo que el 59% de los turistas encuestados buscan en este tipo de restaurantes un tipo de comida gastronómica del sector, Por otra parte, un punto esencial a analizar es la disposición de pago de los turistas por consumir estos platillos, de manera que, para ser precios accesibles, el 71% de los encuestados estuvo de acuerdo en pagar un valor comprendido entre \$5 y 10\$ dólares.

Consecutivamente, se analizó el canal de visita que tienen como preferencia o que mayormente utilizan los turistas para visitar lugares turísticos, en este caso el Lago San Pablo. Considerando también la importancia de que los restaurantes que se encuentren el Lugar cuenten con servicios imprescindibles.

Figura 12

Medio de comunicación con mayor influencia en la decisión de visita al restaurante

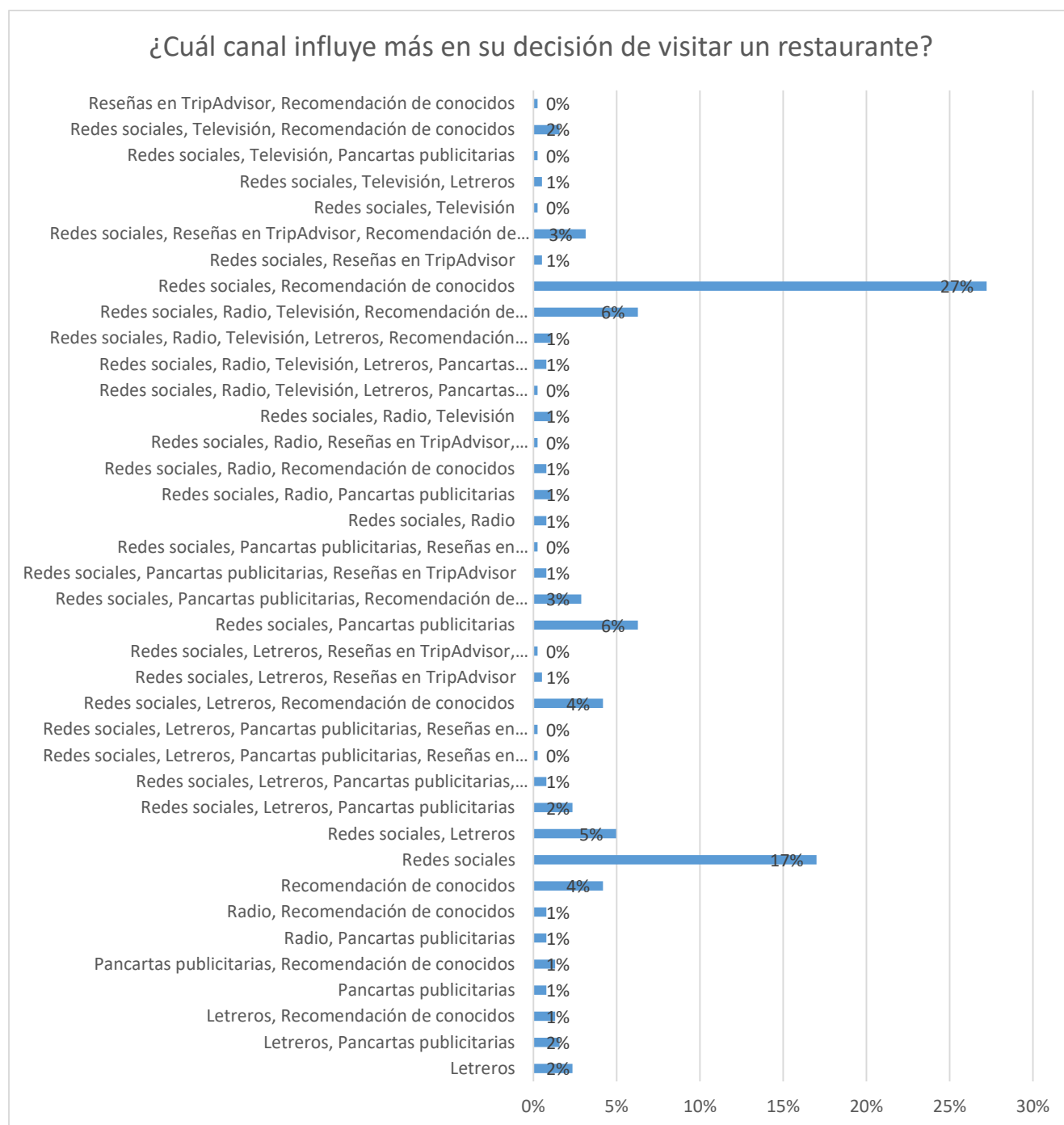
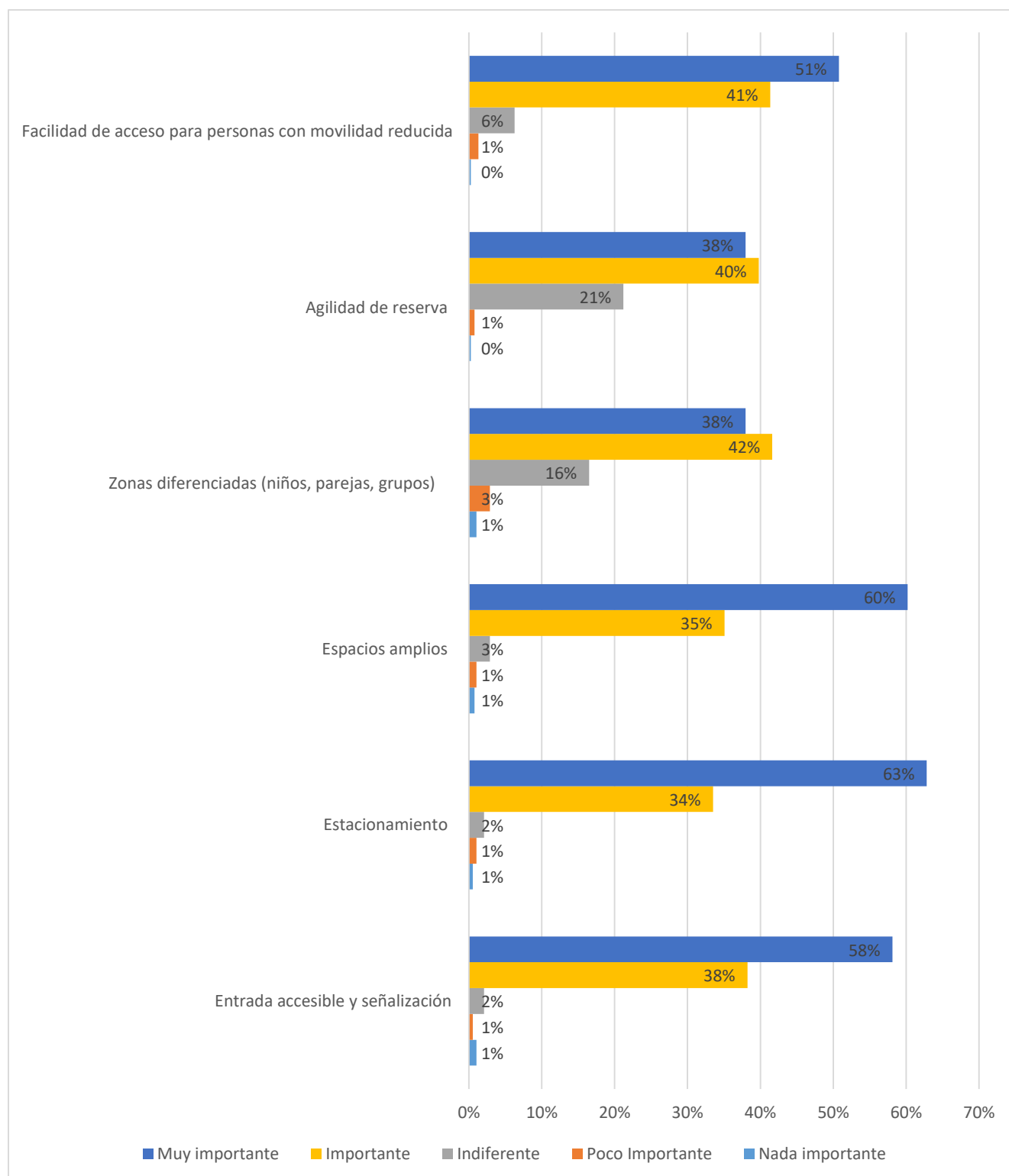


Figura 13

Relevancia de los Servicios



Obteniendo los resultados presentados, el 27% de los visitantes encuestados tienen mayor preferencia de hacer búsqueda de restaurantes idóneos a través de las redes sociales, como también por las recomendaciones de conocidos. En la búsqueda y recomendación que adquieren analizan que los tipos de restaurantes cuenten con servicios esenciales, de manera que para el 63% de los encuestados es muy importante que se cuente con la disponibilidad de estacionamiento, como también el 60% consideraron que es muy importante que se mantengan espacios amplios y para el 58% de los encuestados es muy importante que se cuente con una entrada accesible y señalización.

Una vez analizado la demanda se plantea también estudiar que busca ofrecer el restaurante a los turistas y si la idea de implementar el tema temático con relación al servicio del restaurante es aceptada por el visitante.

Figura 14

Viabilidad de implementación de un restaurante cultural temático

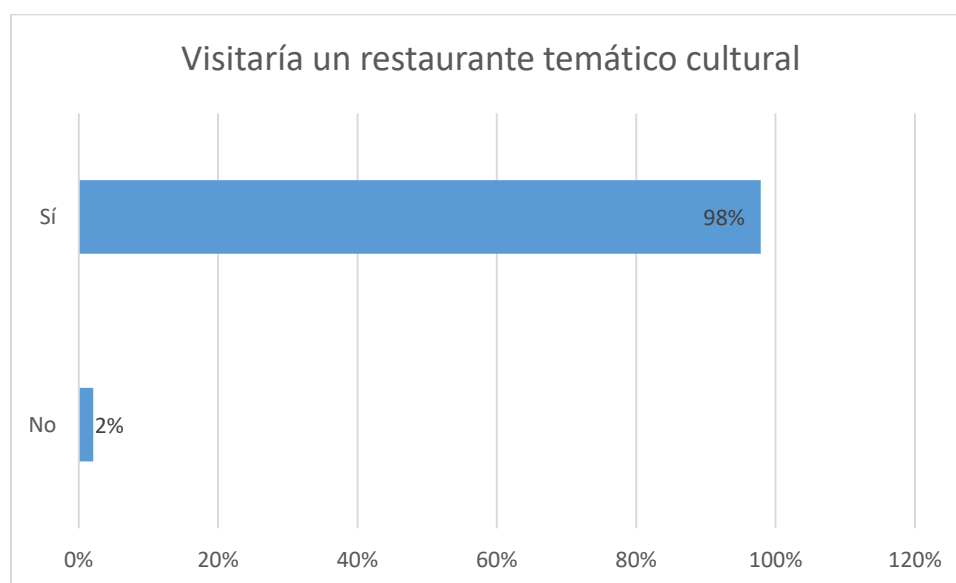


Figura 15

Plato Tradicional de Mayor Interés de Compra Durante la Visita

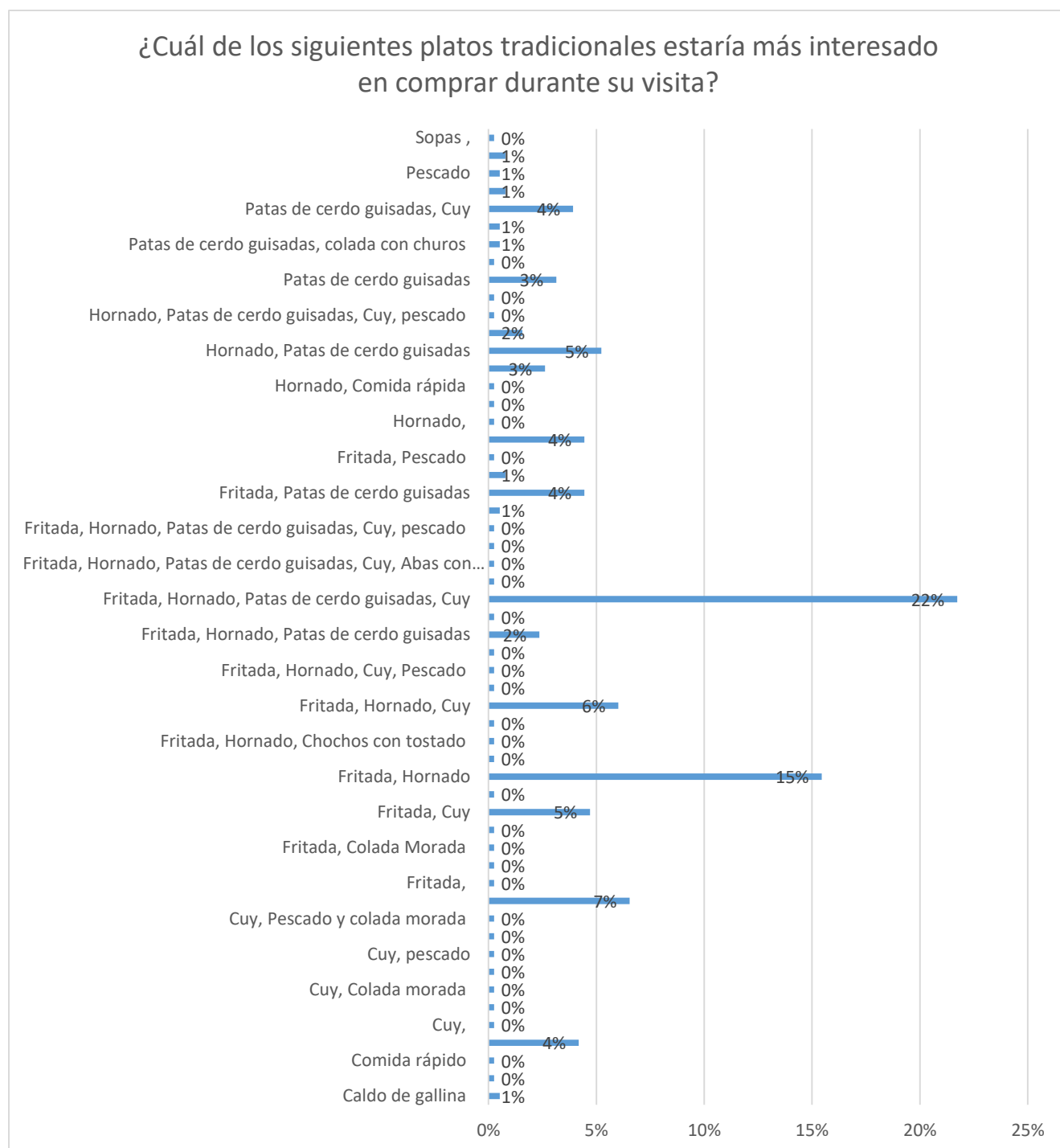
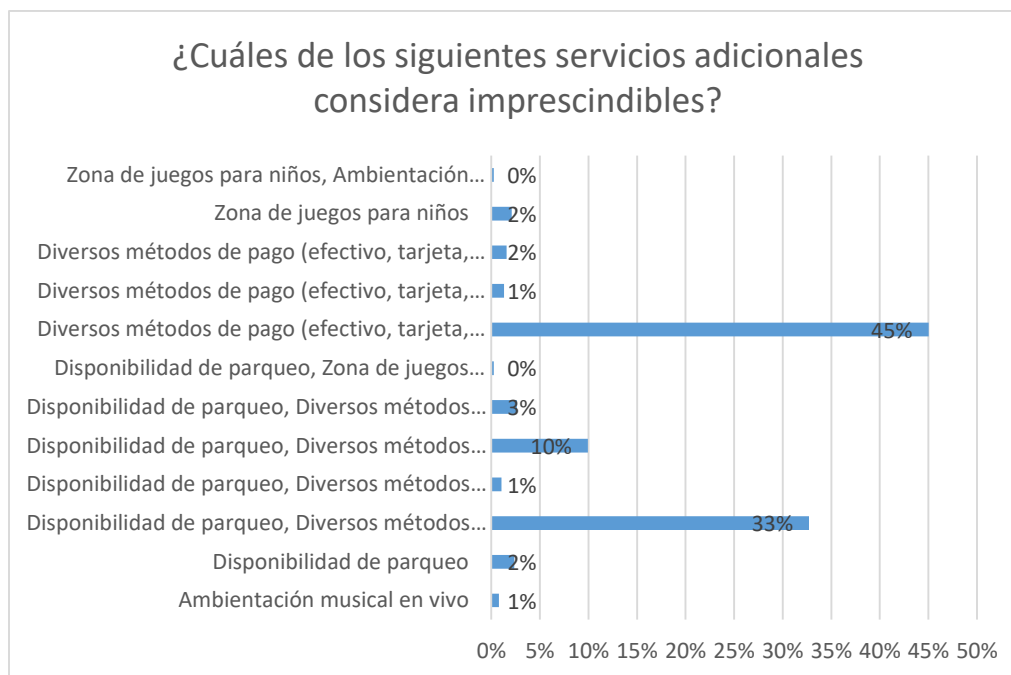
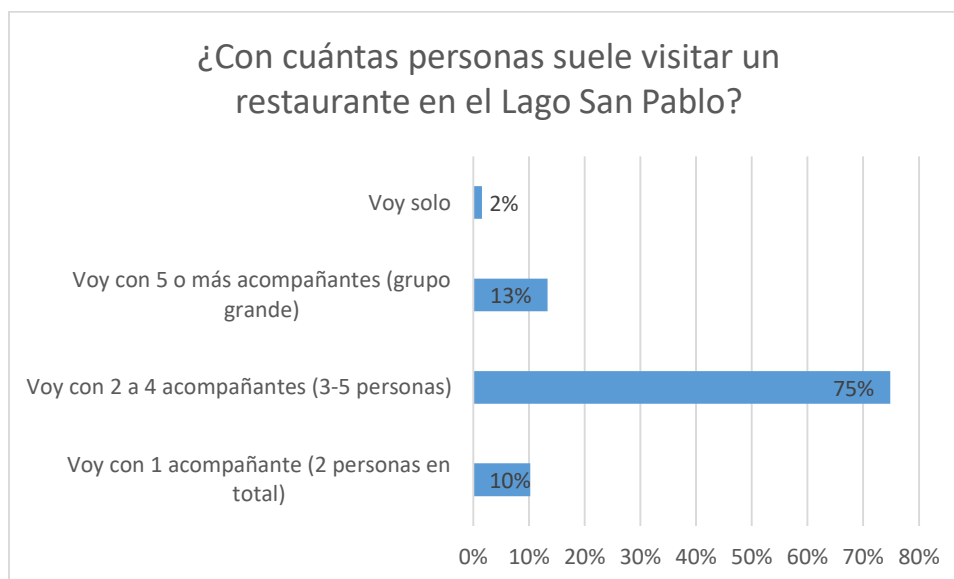


Figura 16

Servicios adicionales considerados imprescindibles en un restaurante temático cultural

**Figura 17**

Frecuencia de visita a un restaurante en el Lago San Pablo según el tamaño del grupo



En la encuesta realizada, se analizó la oferta del restaurante en términos de lo que planeaba brindar al turista. No, obstante, se partió de identificar la aceptación de los visitantes hacía la idea de un restaurante temático cultural. En este sentido, se evidenció que el 98% de los encuestados manifestó su disposición a conocer este tipo de establecimiento en el sector.

A continuación, se presentaron diversas opiniones de platos tradicionales que se pretenden incluir en el menú del restaurante. Los resultados mostraron que el 22% de los encuestados expresó preferencia por degustar platos tradicionales como la fritada, hornado, patas de cerdo guisadas y el cuy. Asimismo, el 15% de los turistas indicó una preferencia exclusiva por consumir fritada y hornado.

Posteriormente, se analizó la preferencia de los servicios que los turistas consideraron más imprescindible en un restaurante. En este aspecto, el 45% de los encuestados señalaron que era muy necesario que el establecimiento contará con diversos métodos de pago, como efectivo y tarjeta de crédito. Por su parte, el 33% valoró la disponibilidad de parqueo junto con la facilidad para realizar pagos.

Finalmente, se examinó la cantidad de personas que suelen acompañar a los turistas en sus visitas a restaurantes. Se identificó que, por lo general, asisten en grupos de 3 a 5 personas, es decir, con 2 a 4 acompañantes. Esta afirmación tuvo una aceptación de 75% entre los encuestados.

3. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA

3.1 Localización

3.1.1 Micro Localización

De la Parroquia de San Pablo por la vía principal en dirección a la comunidad de Araque se encontrará situado el restaurante que esta justamente en la parada final de los buses para llegar al Lago, en la calle sucre y 21 de noviembre. (Google Maps, 2025)

Figura 18

Micro localización

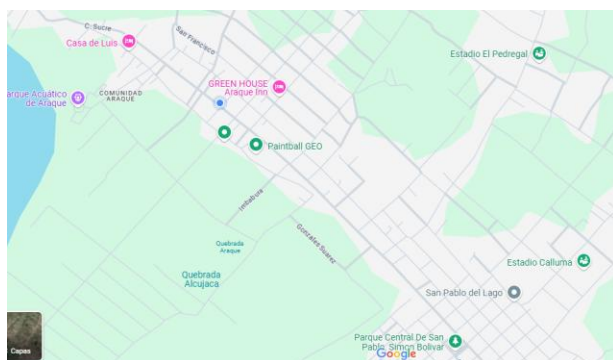
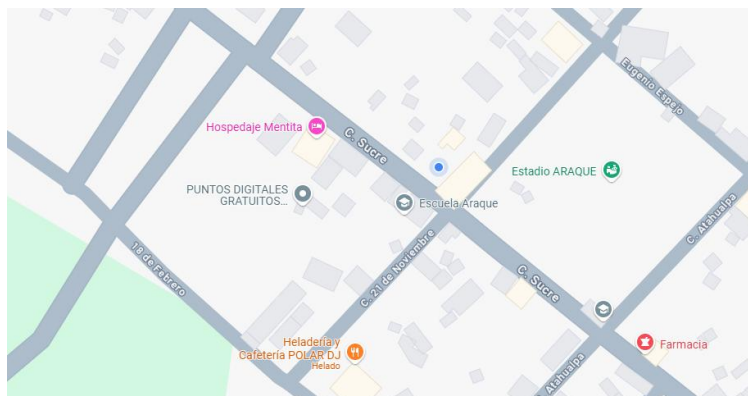


Figura 19

Indicaciones específicas

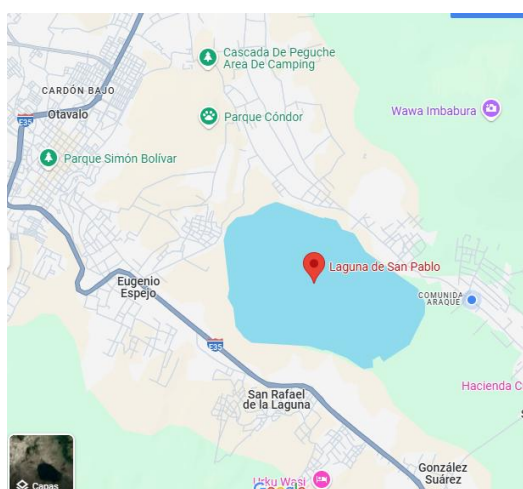


3.1.2 Macro Localización

El restaurante temático “un mundo de delicias y cultura” estará ubicado en la provincia de Imbabura, y está rodeado de diferentes comunidades indígenas como también de montañas en la cual se destaca el Lago en el centro, está situado en el cantón Otavalo, parroquia San Pablo del Lago específicamente en la comunidad de Araque y cuenta con una temperatura promedio del 12 °C. (Google Maps, 2025)

Figura 20

Macro localización



3.2 Constitución legal y régimen tributario

El restaurante temático “un mundo de delicias y cultura” se constituyó bajo la titularidad de LESLY ANAHÍ DE LA CRUZ GÚZMAN, persona natural con RUC: 1050413283001, quién o registró y mantuvo un estado activo. La actividad económica del restaurante fue clasificada bajo el código I561001, conforme al análisis del archivo oficial del SRI que contiene la clasificación completa de actividades económicas según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Se determinó que el restaurante temático se encontraba dentro de esta categoría aplicable en Ecuador.

Seguidamente se estableció que el negocio se acogió acogido al régimen tributario RIMPE- Emprendedor (Régimen Simplificado para emprendedores y Negocios Populares), el cual facilitó su

constitución y simplifico los trámites administrativos del restaurante, considerando que inició como pequeño emprendimiento. Esta elección brindó ventajas legales y tributarias, permitiendo al restaurante operar bajo un régimen que simplificó costos operativos y contribuyó a su sostenibilidad.

Adicionalmente, considerando la proyección de crecimiento a mediano plazo, se contempló la posibilidad de que el restaurante temático evolucionará hacia una figura jurídica más sólida, pasando a constituirse como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Esta transformación abrirá oportunidades de formalización y expansión del negocio, facilitando el acceso a financiamiento y mejora de la administración empresarial del restaurante.

Tabla 5

Resumen de inscripción RUC- RIMPE Emprendedor

Campo	Valor
Nombre del contribuyente	LESLY ANAHÍ DE LA CRUZ GÚZMAN
Número de RUC	1050413283001
Tipo de contribuyente	Persona Natural
Régimen tributario	RIMPE-Emprendedor (Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares)
Estado del RUC	Activo
Actividad económica principal	I561001- Actividad de restaurantes y servicios móviles de comidas

Descripción	Preparación y venta de comidas típicas tradicionales, dentro de un restaurante temático que promueve la gastronomía y cultura local en el Lago San Pablo
Fecha de inicio de actividades	
Dirección del establecimiento	Araque, entre las calles Sucre y 21 de Noviembre Referencia: Junto a la iglesia
Correo electrónico registrado	lesly.anahi.guzman@gmail.com

3.3 Filosofía y dirección estratégica del proyecto

3.3.1 Misión

El restaurante temático de la cultura Otavaleña tuvo como misión ofrecer platos tradicionales de la localidad, generando un viaje sensorial que permitió a los comensales conectarse con la esencia y riqueza cultural de la ciudad. A través de un servicio caracterizado por la excelencia en atención al cliente, adecuados estándares de higiene y preparaciones elaboradas con ingredientes frescos y de calidad, se buscó brindar una experiencia memorable. Este establecimiento fue concebido como un espacio acogedor y cálido, con el propósito de fortalecer la identidad cultural local y fomentar la prevención de sus tradiciones gastronómicas.

3.3.2 Visión

El restaurante temático aspiró a ser un restaurante turístico temático comunitario representativo en la ciudad de Otavalo, con un excelente servicio que brindara una experiencia de conectar con la cultura Otavaleña y con la calidad de ofrecer una fusión en sus platillos que representaran un aspecto auténtico y tradicional. Se aspiró a ser reconocido por la calidad de servicio, el cual promovió la cultura y los sabores tradicionales de la localidad. El objetivo del restaurante fue convertirse en un destino de preferencia para los consumidores que buscaran conectar con la tradición en un plazo de cinco años.

3.3.3 Valores

- Transparencia
- Respeto
- Puntualidad
- Honestidad
- Calidad
- Servicio
- Optimismo
- Innovación

3.3.4 Objetivos estratégicos

- Brindar una experiencia cultural inmersiva
- Realizar diferentes menús tradicionales de la localidad
- Gestionar el cuidado de seguridad, higiene en los espacios del local, como también en la elaboración de los platillos.
- Generar un ambiente cómodo para la estadía del cliente.

- Implementar secuencialmente propagandas en sitios digitales para mantener una identidad cultural.

3.3.5 Políticas empresariales

- Política en la calidad del servicio
- Política de Recursos Humanos
- Política de adaptación cultural
- Política de precios accesibles
- Políticas de seguridad y salud alimentaria

3.4 Análisis Estratégico

3.4.1 Análisis PESTEL

1. Factores Políticos

Oportunidad

En Ecuador existen políticas de turismo cultural de esta manera, se promueve un turismo cultural y gastronómico que es parte de una diversificación económica en el país, conjuntamente con el apoyo existente de emprendimientos turísticos que tengan iniciativas de preservar la cultura ancestral de los pueblos. De esta manera en Otavalo al ser una zona turística establecida, existen permisos y licencias de funcionamiento como también el apoyo a emprendimientos locales que generen la diversidad cultural.

Amenaza

Como parte de una amenaza es la inestabilidad política nacional como también del cantón Otavalo, ya que se genera cambios repentinos del gobierno lo que puede llegar a afectar en las

políticas de apoyo de emprendimientos turísticos, además se puede generar restricciones al uso comercial de elementos culturales.

2. Factor Económico

Oportunidad

Existe en el cantón Otavalo un crecimiento de turismo que avanza año tras año, esto es parte de un poder adquisitivo de turistas extranjeros, en la cual las altas demandas de turistas tienen mayor capacidad de gasto. Además, se considera que de manera más interna existe una economía circular local, en donde tras los emprendimientos locales se crea una cadena de valor en la que forman parte los productores locales.

Amenaza

Se puede generar una inflación de precios, en la cual se de un incremento en costos de ingredientes netamente tradicionales del sector. Se puede considerar que la dependencia del turismo sea un lado negativo frente a una crisis económica.

3. Factor Social

Oportunidad

La gran parte de visitantes al cantón Otavalo generalmente busca una valoración gastronómica cultural, que se relacione con vivir un turismo experiencial donde se aprecie sobre la diversidad cultural, dando la oportunidad de una mayor aparición de interés creciente para consumir y conocer platos típicos, lugares y espacios turísticos culturales.

Amenaza

Se puede generar una pérdida de autenticidad donde gran parte de los lugares turísticos, como restaurantes comercialicen platos no relaciones con lo tradicional del lugar, también puede generarse un cambio generacional, en donde parte de la población pueden preferir comida internacional, relacionando con un factor de estacionalidad turística por la variación de demanda en temporadas altas y bajas por la salida y entrada de la gente procedente del lugar.

4. Factor tecnológico

Oportunidad

El estar en una era digital se presenta la oportunidad de manejar plataformas o sistemas de reservas y gestión online que faciliten la experiencia de servicio al cliente y control de inventarios, como también el uso de apps del delivery para apoyo de expansión del mercado, y el marketing digital para generar una mayor autenticidad cultural expuesta en grandes redes sociales de conocimiento a un público en general.

Amenaza

Tras la implementación de tecnología para la operación puede generarse una brecha digital personal, considerando que un porcentaje de la población no conoce del uso adecuado de tecnología, como también se genera nuevos costos por la implementación y aumenta la competencia digital de reconocimiento frente a competidores.

5. Factor Legal

Oportunidad

Al implementarse como espacio turístico existen leyes de patrimonio cultural que respaldan y promueven las expresiones culturales, además de regulaciones que favorecen el tema turístico, lo que conlleva a un fácil acceso a operaciones relacionadas con temas gastronómicos.

Amenaza

El mantener un establecimiento turístico debe mantener y estar sujeto a normativas laborales correspondientes a la ley, como también con el cumplimiento obligatorio de regulaciones sanitarias estrictas y la inclusión de licencias y permisos esenciales para el funcionamiento de un establecimiento en esencial se servicio de consumo para garantizar un cumplimiento a la normativa de seguridad alimentaria.

6. Factor ambiental

Oportunidad

Implementación de una gastronomía tradicional que va acorde al uso de productos orgánicos locales, de esta manera se fomenta un turismo sostenible y responsable lo cual crea una demanda creciente de experiencias culinarias únicas en el lugar. Considerar el ejecuta miento de una gestión circular de residuos para mantener una oportunidad de realización de prácticas sostenibles ancestrales de aprovechamiento y de esta manera generar un valor adicional que resalte la importancia del establecimiento.

Amenaza

Para mantener una producción local que sea de gran apoyo la gastronomía local que se utilizara el cambio repentino del cambio climático puede afectar en los cultivos y por ende genere una

dependencia a productos agrícolas con temporadas específicas, plasmando una escasez de recursos naturales.

3.4.2 Nombre y concepto del restaurante

3.4.2.1 Nombre, logotipo

El restaurante “Un mundo de delicias y cultura” es el nombre que se mantendrá a la vista de los turistas, esta designación abarca el tema gastronómico cultural del Lago San Pablo, como también el encontrarse con un espacio que maneje un entorno temático cultural con una representación de la esencia del arte de las costumbres del lugar.

En el grafico se puede visualizar diferentes elementos culturales de la ciudad de Otavalo y por ende la parroquia de San Pablo, al igual que se presenta en el centro el Lag San Pablo como parte fundamental de resaltar la parte atractiva para el turista, de modo que este Logotipo nos ayude a reflejar en el restaurante un espacio de encuentro cultural en la que su experiencia sea amena conjuntamente con la degustación de platos típicos del sector.

Figura 21

Logotipo del restaurante



3.6 Estudio técnico

3.6.1 Descripción del restaurante

El restaurante temático de la cultura Otavaleña cuenta con espacios situados conforme a la necesidad de un restaurante de manera que cuenta con tres zonas:

Zona 1: El comedor un espacio amplio donde caben 8 mesas para degustar los platos típicos del lugar como también se encontrará un entorno de la cultura Otavaleña, ya que se colocará en las paredes y puntos estratégicos a la vista del cliente signos representativos de la cultura para que puedan vivir una experiencia amena de lo que ofrece el restaurante.

Zona 2: la cocina en donde se realizará la preparación de alimentos y el tema administrativo

Zona 3: los servicios higiénicos que contara con dos tipos de entradas al comedor principal o al comedor al aire libre, además de seguir manteniendo en este espacio elementos rústicos y culturales.

Zona 4: Segunda entrada al comedor al aire libre, en este espacio se adecuará el ingreso por ende las paredes con representaciones graficas de la cultura de Otavalo además de mantener una iluminación rustica.

Zona 5: comedor al aire libre contará con un espacio en la que se ubique tres tipos de mesas para la degustación de los platillos, además estará rodeado de plantas y un entorno relajante.

Una vez establecido las cuatro zonas que mantendrá el restaurante, se acoplará los equipos de diseño como pinturas en las paredes, fotografías, artesanías y vestimenta de la cultura de forma que serán colocados en la parte de los dos comedores, baño, y en la segunda entrada al comedor al aire libre, conjuntamente con una iluminación rustica.

El restaurante tiene una capacidad de 44 personas que según la gráfica presentada en el comedor principal se tendrá 8 mesas rectangulares de madera que tendrán en la parte superior una tela con diseños artísticos culturales, de igual forma las tres mesas redondas de la parte externa del restaurante contarán con el mismo diseño.

Los servicios que ofrecerá el restaurante es la degustación de alimentos tradicionales del lugar y la vivencia de crear una experiencia con la cultura a través del diseño temático que se va a reflejar en cada espacio del negocio, además se tomara en cuenta implementar sonidos acústicos Otavaleños como también la incorporación de presentación de artistas locales que busquen un espacio de compartir su arte musical.

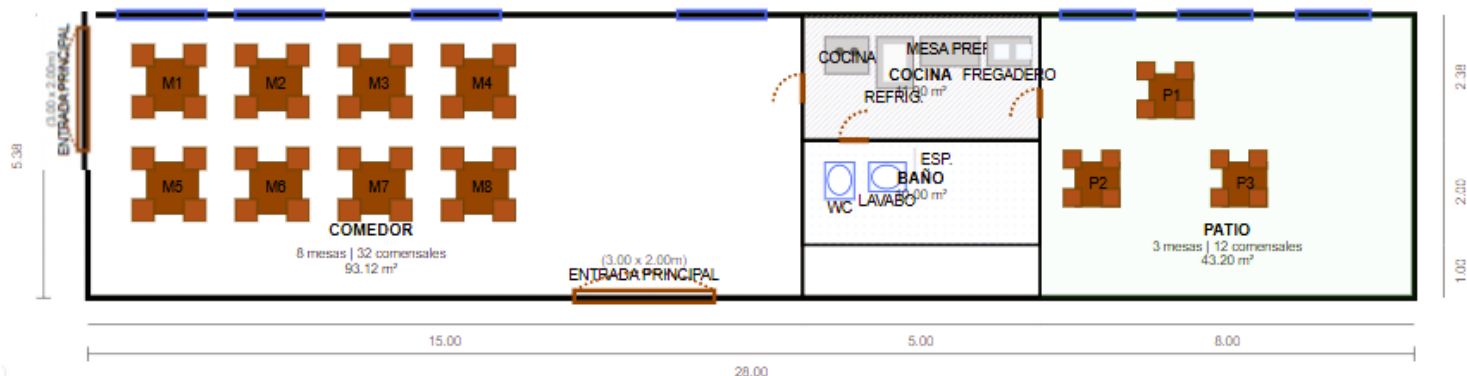
Referente a la competencia nos distinguiremos por ser un restaurante temático cultural que maneje no solo un servicio de alimentos, si no que se preocupe porque el turista viva una experiencia de conocer y ser parte de nuestra cultura Otavaleña, siendo así un negocio que sea representativo del lugar y de la provincia, por realzar la importancia de la gastronomía y cultura de Otavalo y su grandioso lugar turístico el Lago San Pablo.

Tabla 6*Descripción del restaurante*

Nº	DESCRIPCIÓN	DIMENSIONES APROXIMADAS (m)	ÁREA (m²)	DESCRIPCIÓN DETALLADA
1	Entrada principal	1 x 1	1	Acceso frontal principal al restaurante
2	Área de degustación o comedor	4.38 x 15.0	65.7	Zona amplia central con espacio temático que cuenta con 8 mesas.
3	Caja	1.5 x 2	3.00	Punto de cobro y facturación, integrado a la cocina.
4	Baños	2.01 x 2.67	5.37	Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres.
5	Cocina	2.38 x 5.0	11.9	Área de preparación y despacho de alimentos, junto a los baños.
6	Espacio libre para comer	5.28 x 8.0	42.24	Área exterior en la parte superior del plano, con tres mesas al aire libre.
7	Segunda entrada opcional	1.0 x 15.00	15.00	Entrada lateral alado de la entrada principal que lleva directamente al espacio libre para comer
TOTAL		144.21 m2		

Figura 22

Planos del restaurante

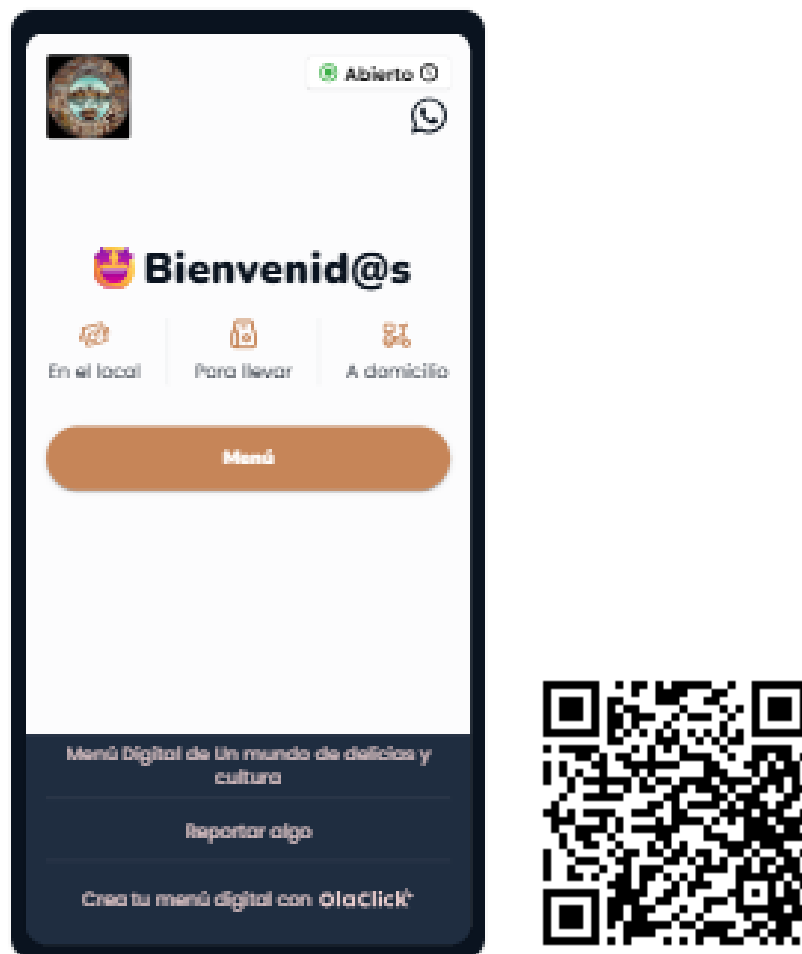


3.6.2 Descripción de la oferta

En la presentación de los platillos que se ofrecerán, se incorporará un concepto central basado en las preferencias gastronómicas de los turistas que visitan el Lago San Pablo. La oferta partirá de la selección de platos típicos representativos de la zona, con el objetivo de satisfacer las expectativas del consumidor. Además, se brindará un servicio complementario de degustación, acompañado de una experiencia inmersiva en la cultura local, en coherencia con la temática propuesta para el establecimiento. A continuación, se presenta el enlace con la propuesta del menú dirigida al cliente.

Figura 23

Menú del restaurante



Nota: <https://un-mundo-de-delicias-y-cultura.ola.click>

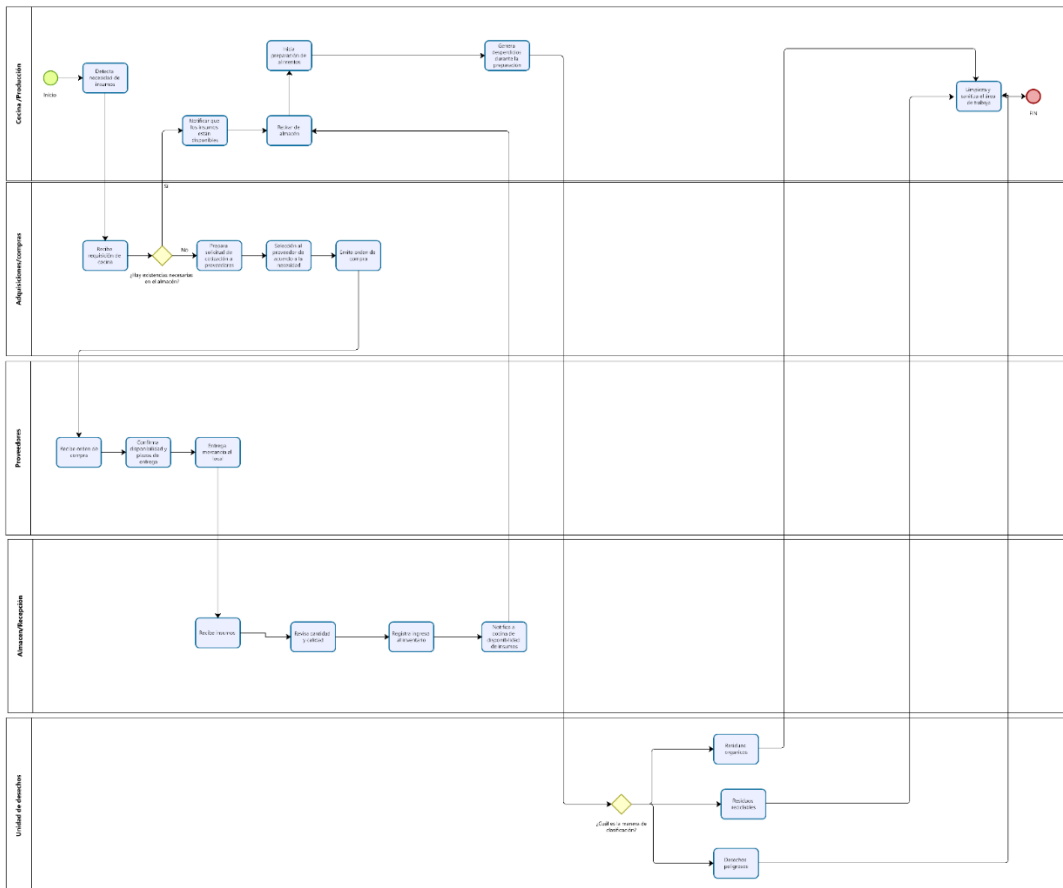
3.9.1 Flujograma de procesos

Con el objetivo de crear experiencia agradable para el turista que visite el restaurante, se consideró fundamental mejorar los procesos internos. Para ello, se proyectó la optimización de la eficiencia en las tareas, la garantía de un servicio de calidad y la implementación de un espacio temático alineado con la propuesta del establecimiento. Esta acción permitirá responder a las expectativas del cliente y enriquecer su experiencia turística. A continuación, se presentan los flujogramas propuestos para los procesos de atención al cliente, producción y mantenimiento del establecimiento y sus espacios temáticos.

3.9.1.2 Producción

Figura 25

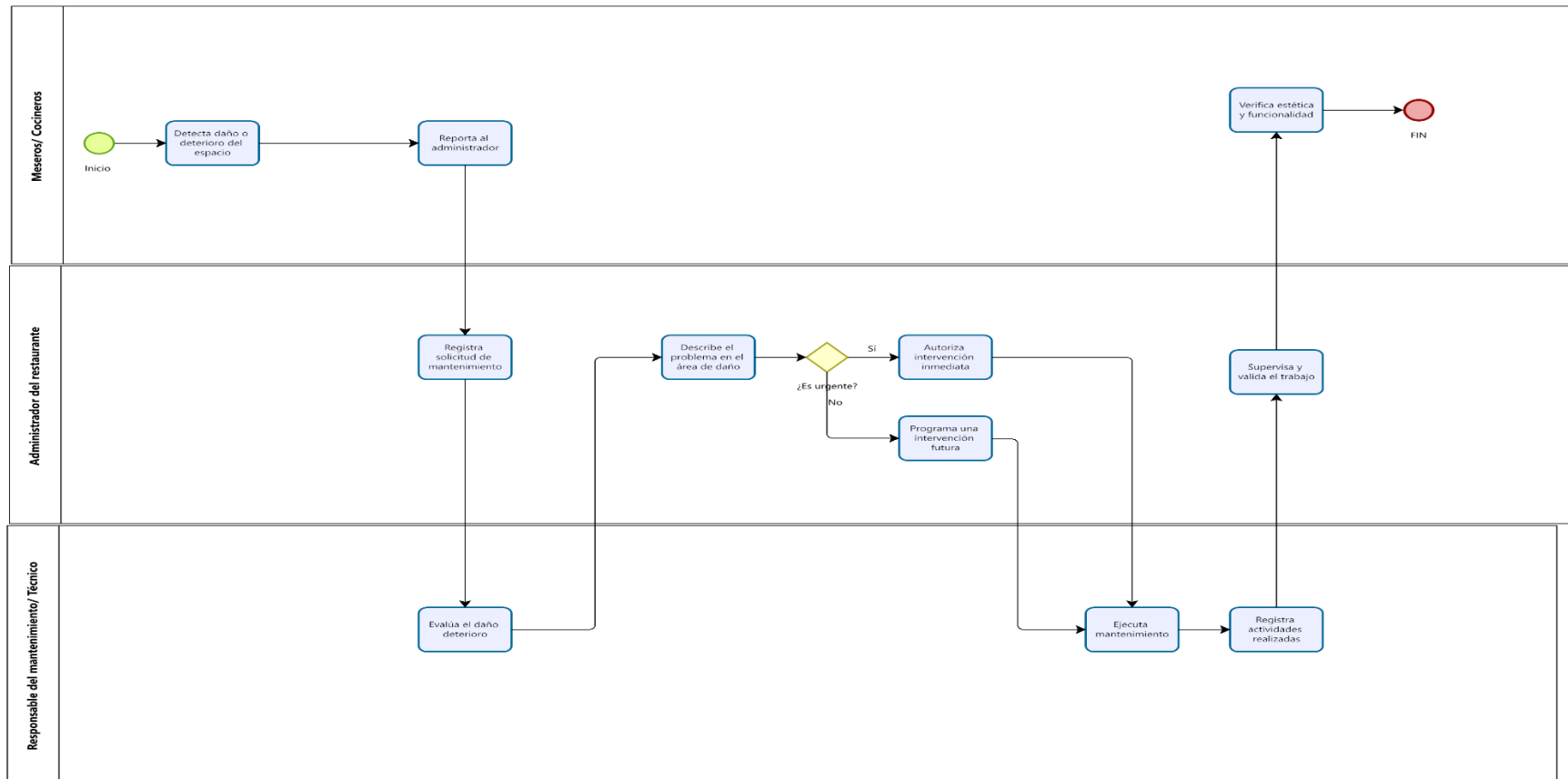
Proceso de producción



3.9.1.3 Mantenimiento

Figura 26

Proceso de Mantenimiento del establecimiento



3.7 Plan de marketing

Se considera que el plan de marketing como un documento que sirve como guía para sintetizar las estrategias y planes de acción de una empresa, según (Mediano, 2015), nos dice que sirve para

“Alcanzar los objetivos que se marque, una vez analizada la situación en la que se encuentra y el entorno en el que dicha empresa desarrolla su actividad. Establece, asimismo, los mecanismos y acciones de seguimiento y control necesarios para verificar el cumplimiento del plan” (p 1.)

Según (OpenAI, 2025) cuando se le preguntó sobre las ideas claves para desarrollar un plan de marketing para el estudio de factibilidad presente nos indicó lo siguiente:

3.7.1 Objetivo del Plan de Marketing

Diseñar estrategias preliminares que contribuyan al posicionamiento del restaurante temático como una opción gastronómica y cultural distintiva en el entorno del Lago San Pablo, resaltando su por su valor turístico. Se busca ofrecer una experiencia inmersiva que integre la cultura y la gastronomía local, con el fin de atraer tanto a turistas nacionales e internacionales, como a visitantes locales.

3.7.2 Mercado objetivo

De acuerdo al mercado objetivo identificado se establece que está dirigido a turistas nacionales y extranjeros que se encuentran entre la edad de 20 y 65 años, que visitan el Lago San Pablo, y viajan en búsqueda de una experiencia gastronómica y cultural de la cultura Otavaleña.

3.7.2 Segmentación y posicionamiento

Con respecto a (OpenAI, 2025), la segmentación del mercado se basa en dividir el mercado total en grupos más pequeños de consumidores,. de la estructura de manera que está ligado a diferentes características como:

- Los turistas nacionales y extranjeros
- Familias y grupos jóvenes
- Personas interesadas en temas gastronómicos culturales
- Visitantes frecuentes y ocasional

Seguidamente en relación a su posicionamiento la propuesta de valor es que el restaurante “un mundo de delicias y cultura” ofrece una propuesta única en donde se pueda disfrutar de una experiencia sensorial completa, ya que combina una gastronomía cultural Otavaleña con aspectos y características únicas de ambientación rustica cultural del lugar.

3.7.3 Estrategias de marketing mix

Producto:

- Platos típicos del lugar (fritada, hornado, cuy, patas de cerdo)
- Decoración cultural (artesanías, cuadros pintados, vestimenta otavaleña)

Precio:

- Precios accesibles
- Promoción de menús por feriados

Plaza:

- Ubicación estratégica: parada final de los buses hacia el Lago.
- Canales: presencial y redes sociales

Promoción:

- Redes sociales: Facebook e Instagram con contenido visual de los platos típicos y ambientación del lugar.

Figura 27

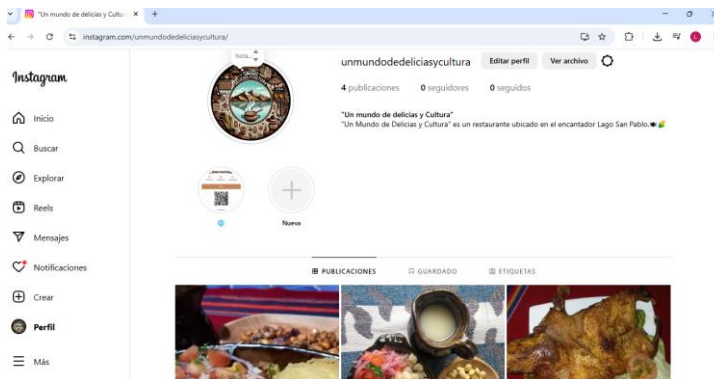
Facebook del Restaurante



Nota: <https://www.facebook.com/unmundodedeliciasycultura>

Figura 28

Instagram del Restaurante

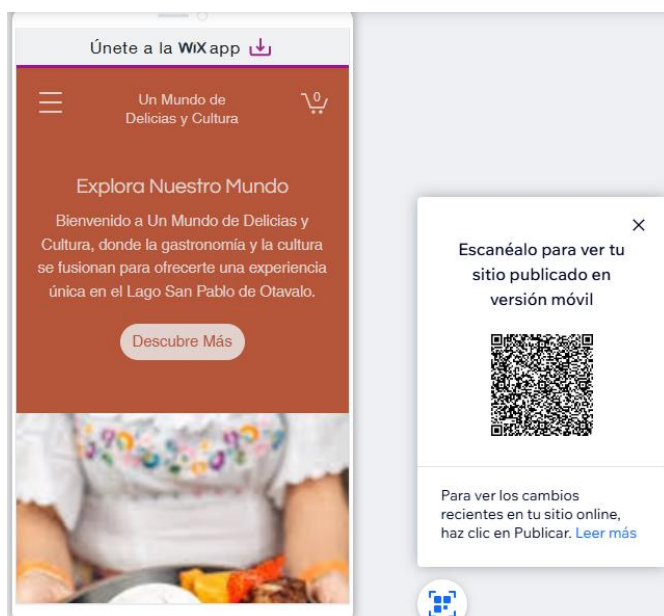


Nota: <https://www.instagram.com/unmundodedeliciasycultura/>

- Página web: Menú, ubicación, contacto

Figura 29

Modelo de la página web del restaurante



Nota: <https://leslyanahiguzman.wixsite.com/un-mundo-de-delicias>

- Radio Ilumán: Difusión de promociones

Tabla 7

Promoción de la Radio Ilumán

Promoción	Contenido
Cuña informativa bilingüe	Locutor 1, guion, edición, entrega FM+ redes sociales
Cuña dramatizada local	2 voces, efectos, estilo emotivo o institucional

Paquete de 5 cuñas	Mezcla de formatos, con 30% de descuento
Banco de voces personalizado	Elección entre 5 locutores, adaptado a la marca
Versión para redes sociales	Adaptación en formato MP3, WAV, lista para Facebook, Instagram, YouTube

Nota: <https://radioiluman.ec/>

3.7.4 Indicadores iniciales de éxito

- Alcance en redes sociales
- Número de visitas al restaurante

3.8 Estudio Financiero

En este apartado como parte del estudio financiero se considera que, para la proyección financiera establecida, se parta de un análisis de la demanda insatisfecha real identificada en el mercado objetivo. Por lo cual se considera que en la provincia de Imbabura se cuenta con un total de 576 establecimientos turísticos privados, de los cuales el 53,82% son de servicios de alimentos y bebidas y en cuanto al 10,42% son de operación e intermediación, así también el 27,78% de alojamiento, previsto a esta ponderación se evidencia que la mitad de la planta turística está vinculada directamente con la gastronomía, de esta manera se representa un gran flujo turístico en el consumo de alimentos en la provincia. (GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA, 2020)

De acuerdo a este estudio analizado y conforme a la alta demanda de aceptación prevista en las encuestas realizadas en el Lago San Pablo, se estima que la demanda insatisfecha real, se considere con un aproximado del 50% de turistas que visitan el lugar consumen el servicio de alimentación. A partir de este análisis y conjuntamente con el estudio de mercado se registra que en el parque acuático mantiene una demanda total de 68.673 turistas al año que visitan el lugar, de los cuales apenas 9.500 turistas son atendidos por la oferta actual, es decir por los tres restaurantes (Cabañas del Lago, Puerto Lago y La casa de la hiedra), obteniendo una demanda potencial de 34.337 turistas/año.

Se toma en consideración que esta cifra mencionada representa el mercado potencial disponible para el ingreso de nuevas propuestas gastronómicas. De acuerdo a lo establecido y analizado en el estudio realizado se plantea atender 24.837 turistas al año, sin embargo, se plantea cubrir el 15% de esta demanda insatisfecha, es decir 3.725 turistas al año, dato que refleja la base para poder estimar los ingresos proyectados, y generar una evaluación de viabilidad económica del restaurante temático “un mundo de delicias y cultura”

Además, se considera que, de acuerdo a la encuesta realizada en el Estudio de Mercado, la distribución de preferencia en el consumo por parte de los turistas con respecto a los diferentes platos que ofrece el restaurante es la siguiente:

Tabla 8

Estimación de preferencias del cliente

Detalle	%	Clientes por mes	Clientes/ año
Fritada	31%	96	1.152
Hornado	29%	90	1.080
Patas de cerdo	16%	50	600
Cuy	24%	74	888
TOTAL	100%	310	3.725

Acorde a esta distribución los menús ofrecidos en el restaurante, servirá para estimar la demanda por menú y ajustar las proyecciones de venta tomando en cuenta la preferencia que tiene cada plato por el turista.

3.8.1 Presupuesto Técnico

En el proyecto se manejará un estudio del presupuesto técnico de manera que nos permita conocer detalladamente la estimación de los costos y recursos que se va a generar para poner en marcha el restaurante, considerando así los siguientes elementos que conforman el equipamiento del restaurante:

3.8.1.2 Inversión Fija

Para comenzar con el análisis propuesto, se determinará cuál será la inversión fija, considerando que aspectos esenciales como la dotación inicial formará parte de esta inversión, dado que son necesarios para iniciar el proyecto, además de que el stock es necesario para funcionar los primeros días o semanas del mes en el que se implemente el funcionamiento del restaurante.

A continuación, se presentará las tablas correspondientes a cada grupo de segmentación, de acuerdo a la clasificación establecida.

Tabla 9

Terreno

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Terreno	144,21	17,52	\$ 2.526,56
Total			\$ 2.526,56

Tabla 10

Local construido

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Construcción	98,26	\$ 194,41	\$ 19.102,73
Total			\$ 19.102,73

Tabla 11

Infraestructura de servicios sanitarios

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Baños	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Lavamanos	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Espejo	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Total			\$ 175,00

Tabla 12

Maquinaria de cocina

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Cocina industrial	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Refrigeradora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Licuadaora	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Total			\$ 680,00

Tabla 13

Enseres de cocina

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Ollas	6	\$ 9,00	\$ 54,00
sartenes	3	\$ 12,00	\$ 36,00
cucharones	8	\$ 1,00	\$ 8,00
Tablas de cortas	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Cuchillos de cocina	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Coladores pequeños	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Pinzas de cocina	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Peladores	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Rallador	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Total			\$ 118,00

Tabla 14

Muebles de cocina

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Mesa de trabajo en acero inoxidable	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Estantería de cocina	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Mesa con frejadero (lavaplatos)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Dispensador	1	\$ 45,00	\$ 45,00

Armario para insumos secos	1	\$	35,00	\$	35,00
Mueble de basura con separación	1	\$	20,00	\$	20,00
Total				\$	550,00

Tabla 15

Muebles para servicio

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Juego de mesa con sillas rectangulares	8	\$ 200,00	\$ 1.600,00
Juego de mesa con sillas circular	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Mueble de caja/recepción	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Total			\$ 2.250,00

Tabla 16

Equipos de computación

Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Laptop Hp	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Mueble de recepción	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Impresora Ticket	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Caja registradora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Teléfono fijo	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Total			\$ 820,00

Tabla 17

Manaje para servicios

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Bandejas de servicio	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Jarras de vidrio	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Vasos de vidrio	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Salseras de mesa	10	\$ 0,75	\$ 7,50
Dispensadores de servilletas	10	\$ 1,00	\$ 10,00
Platos Base tradicional	30	\$ 3,00	\$ 90,00
Taza tradicional	30	\$ 2,50	\$ 75,00

Cubiertos	30	\$	4,00	\$	120,00
Vasos de vidrio	30	\$	3,00	\$	90,00
Manteles individuales	11	\$	4,50	\$	49,50
Total				\$	510,00

Tabla 18

Suministro de limpieza

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Escobas	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Recogedor	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Trapeadores	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Basureros	5	\$ 3,00	\$ 15,00
Total			\$ 29,00

Tabla 19

Decoración

Elemento	Cantidad	V. Unitario	V. total
Cuadros de la cultura Otavaleña	6	\$ 5,50	\$ 33,00
Iluminación Rústica	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Sombreros Otavaleños	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Fajas Otavaleñas	8	\$ 1,00	\$ 8,00
Plantas naturales	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Total			\$ 78,00

Tabla 20

Resumen inversión fija

Detalle	Valor
Terreno	\$ 2.526,56
Local construido	\$ 19.102,73
Infraestructura de servicios sanitarios	\$ 175,00
Maquinaria de cocina	\$ 680,00
Enseres de cocina	\$ 118,00
Muebles de cocina	\$ 550,00
Muebles para servicio	\$ 835,00

Equipos de computación	\$	165,00
Menaje para servicios	\$	345,00
Suministro de limpieza	\$	29,00
Decoración	\$	78,00
Total	\$	24.604,29

Nota. En esta tabla se presenta los valores de inversión fija correspondiente a cada categoría, calculados con base en precios estimados tomados de catálogos de ferreterías y almacenes en Ibarra como también en Otavalo donde también se buscó estimaciones de decoración rustica y artesanal del lugar.

3.8.1.3 Inversión Variable

La inversión variable comprende aquellas categorías cuyos montos pueden modificarse en función del nivel de producción o del volumen de actividad del restaurante. Dentro de este tipo de inversión, se incluye la materia prima inicial como un componente fundamental para el inicio de operaciones, ya que representa el inventario mínimo necesario para la apertura del establecimiento. Además, se considera otros insumos necesarios que se van a consumir durante todo el mes de operación, en función al número de platos que se proyecte.

Tabla 21

Materia Prima Inicial

Detalle	Cantidad (lb)	V. Unitario	V. total
Carne de cerdo	45	\$3,33	\$149,85
Cuy fresco	3	\$7,00	\$21,00
Patas de cerdo	20	\$1,04	\$20,80
Papas	50	\$0,15	\$7,50
Mote	20	\$1,00	\$20,00
Verduras frescas y especias (paquete mixto)	10	\$1,00	\$10,00
Aceite y manteca	12	\$1,50	\$18,00
Sal	11	\$0,23	\$2,53
Cominos	1	\$1,60	\$1,60
Maíz	10	\$0,60	\$6,00
Frutas frescas (piña, naranjilla, etc.)	15	\$0,70	\$10,50
Hierbas	2	\$1,25	\$2,50
Condimentos dulces (canela, clavo, azúcar, etc.)	2	\$2,50	\$5,00
Arrocillo	5	\$0,80	\$4,00
Total			\$279,28

Tabla 22

Materiales Consumibles

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. total
Envases para comida para llevar	2	\$1,75	\$3,50
Bolsas para llevar	2	\$1	\$2,00
Guantes desechables	1	\$10	\$10,00
Papel higiénico	18	\$1,50	\$27,00
Total			\$42,50

Tabla 23

Resumen Inversión Variable

Detalle	Valor
Materia Prima Inicial	\$279,28
Materiales Consumibles	\$42,50
TOTAL	\$321,78

Nota: Se muestra en la tabla el resumen de todas las categorías que se consideran parte de la inversión variable del restaurante

3.8.1.4 Capital de Trabajo

En el presente estudio financiero se ha considerado que para establecer el capital de trabajo se considere los tres primeros meses de operación del restaurante, de manera que permita responder a una estrategia conservadora de gestión financiera. En algunas situaciones se considera el modelo de hacer el cálculo con referencia al primer mes, sin embargo, en este análisis se menciona y se considera los tres meses primeros ya que se puede asegurar la estabilidad operativa del restaurante en su primera etapa de lanzamiento.

Por tal razón, el capital de trabajo proyectado asciende a \$5.408,48, de manera que se encuentran distribuidos en obligaciones financieras, costos de producción, gastos administrativos y de venta. Esta manera de hacer el cálculo considerando los tres meses ayuda a fortalecer la viabilidad económica del restaurante y minimizar los riesgos derivados de las posibles fluctuaciones en la demanda inicial.

Tabla 24

Cálculo del Capital de Trabajo estimado

CONCEPTO	MES 1	MES 2	MES 3	TOTAL
COSTO				
Materia Prima Directa	279,28	279,28	279,28	837,84

Mano de Obra Directa	626,78	626,78	626,78	1.880,33
Materiales Consumibles	42,50		-	42,50
Servicios básicos (Agua, luz, gas)	30,00	30,00	30,00	90,00
Limpieza (materiales y productos)	25,00		25,00	50,00
Indumentaria del personal operativo (cocinero, ayudante de cocina)	17,00	17,00	17,00	51,00
(=) COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.020,56	953,06	978,06	2.951,67
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldo administrador	317,25	317,25	317,25	951,75
Servicios básicos/ Electricidad	10,00	50,00	50,00	110,00
Papelería y útiles	12,15		12,15	24,30
Licencias y permisos	190,00		30,00	220,00
Imagen institucional	106,00		- 2,50	108,50
Software de Gestión	20,00	20,00	20,00	60,00
Internet y teléfono	25,00	25,00	25,00	75,00

Subtotal Gastos de Administración	680,40	412,25	456,90	1.549,55
GASTOS DE VENTA				
Publicidad radial	45,00	45,00	45,00	135,00
Publicidad en redes sociales	40,00	40,00	40,00	120,00
Impresión de volantes	10,00	10,00	10,00	30,00
Subtotal Gastos de Venta	95,00	95,00	95,00	285,00
(=)GASTOS OPERACIONALES	\$ 775,40	\$ 507,25	\$ 551,90	\$ 1.834,55
FINANCIEROS				
Préstamo Bancario Cuota	98,86	100,18	101,52	300,56
Interés Préstamo Cuota	120,00	100,18	101,52	321,70
Subtotal Financieros	218,86	200,36	203,03	622,26
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	2.014,82	1.660,67	1.732,99	5.408,48

3.8.1.5 Inversión Total

En cuanto a la inversión total inicial para la implementación del restaurante asciende a \$30.012,77, monto que representa la inversión integral requerida para la adquisición de activos fijos como también de

recursos operativos y capital de trabajo. Como se presenta en la tabla la estructura de la inversión inicial permite minimizar los riesgos financieros y garantizar un crecimiento progresivo del negocio.

Tabla 25

Cálculo del Total inversión inicial

CONCEPTO	VALOR
Terreno	\$ 2.526,56
Local construido	\$ 19.102,73
Maquinaria de cocina	\$ 680,00
Enseres de cocina	\$ 118,00
Muebles de cocina	\$ 550,00
Muebles para servicio	\$ 835,00
Equipos de computación	\$ 165,00
Menaje para servicios	\$ 345,00
Suministro de limpieza	\$ 29,00
Decoración	\$ 78,00
Infraestructura de servicios sanitarios	\$ 175,00
Capital de Trabajo	\$ 5.408,48
TOTAL INVERSIONES	\$ 30.012,77

3.8.2 Presupuesto Operativo

3.8.2.1 Presupuesto de costos Operativos

3.8.2.1.1 Materias primas

La materia prima directa según (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2023), sus datos estadísticos reflejan que existen gran variedad de productos en Imbabura, y para la preparación de los platos tradicionales se va a considerar utilizar la materia prima proporcionada por los moradores de las comunidades de Araque centro y Camuendo, de manera que se aprecie la materia prima misma del lugar. Además, se considera que dará importancia y empleo a los proveedores que nos van a vender la materia prima cultivada en sus huertos o terrenos como también la crianza propia del ganado porcino y el cuy.

Figura 30*Principales cultivos en Imbabura*

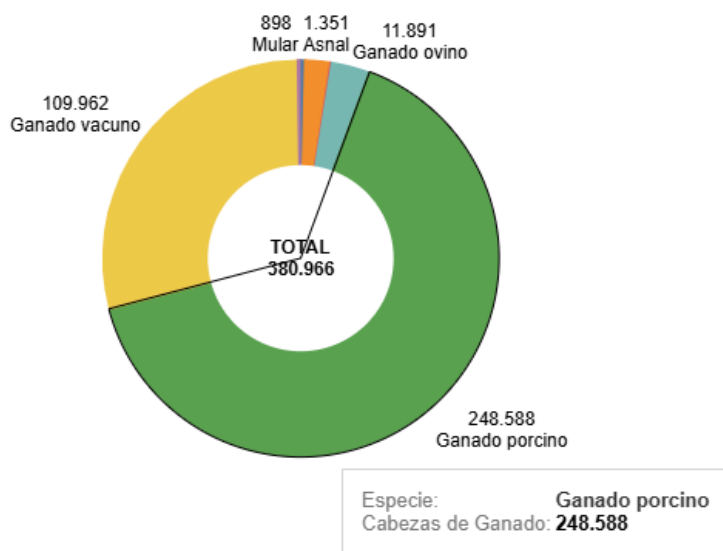
No.	Producto	Sup Plantadas (ha)	Sup Cosechadas (ha)	Producción (t)	Rendimiento (t/ha)
1	Maíz suave seco	3.124	3.028	1.505	0,50
2	Fréjol seco	2.554	2.458	2.223	0,90
3	Caña de azúcar	2.288	1.426	177.740	124,65
4	Plátano	1.855	1.056	7.697	7,29
5	Aguacate (Fruta fresca)	1.496	489	3.961	8,10
6	Caña de azúcar para otros ..	1.464	1.130	56.982	50,41
7	Maíz suave choclo	1.263	1.216	4.457	3,67
8	Palma aceitera	1.252	588	4.866	8,27
9	Trigo	1.208	1.208	1.226	1,01
10	Fréjol tierno	1.029	1.003	2.974	2,96
11	Papa	715	573	4.633	8,09
12	Cacao	574	507	295	0,58
13	Arveja tierna	493	465	762	1,64
14	Tomate de árbol	483	207	2.221	10,74
15	Café	445	300	94	0,31
16	Palmito (Tallo fresco)	343	343	2.651	7,73
17	Limón (Fruta fresca)	321	308	1.568	5,09
18	Cebada	308	300	286	0,95
19	Arroz	305	305	892	2,93
20	Haba seca	280	252	129	0,51
21	Tomate riñon	218	180	9.010	49,99

Según los datos del (GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA, 2020), se proyecta que los cantones Otavalo, San Antonio y San Gabriel, (este último ubicado en la provincia del Carchi), continuarán consolándose como zonas claves para la comercialización de bovinos y otros animales, mediante mercados y ferias locales. Estas áreas mantendrán su relevancia como espacios agro productivos de alto movimiento ganadero.

Por su parte, con base en información del (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2024), se estima que la provincia de Imbabura cuenta con un aproximado de 243.588 cabezas de porcino, lo que evidencia la importancia de esta especie en la actividad agropecuaria regional. En este contexto, se considerará al ganado como insumo estratégico dentro del presente estudio, ya que se prevé que la mayoría de los platos tipos tradicionales que ofrecerá el restaurante utilizará carne de cerdo como ingrediente principal.

Figura 31

Ministerio de Agricultura y Ganadería en Imbabura



Para establecer de manera detallada la materia prima empleada en la elaboración de los platillos culturales seleccionados, se ha realizado un desglose técnico que contempla tanto las cantidades utilizadas (expresadas en gramos), como el costo unitario de cada ingrediente estimado. Este análisis tiene como finalidad determinar con precisión los insumos requeridos para cada preparación, considerando las porciones servidas y la estandarización de recetas.

Considerando una estandarización del precio de venta justo de cada plato, se estima calcularlo con los costos de materia prima, seguido de los costos indirectos de fabricación (CIF) y la mano de obra directa (MOD). Partiendo de estos cálculos permite reflejar para el restaurante de manera realista los gastos operativos diarios que van a estar asociados a la preparación de cada plato tradicional, considerando estos elementos el cálculo va a reflejar un margen de ganancia para todos los platos de un 50%, y 30% correspondiente al plato que se va a ofrecer, lo que garantiza la sostenibilidad financiera del negocio en sus inicios y permite recuperar la inversión con rentabilidad.

3.8.2.1.2 Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 26

Clasificación de los CIF (Costos Fijos +costos variables) mensualmente

CIF	Valor estimado	Detalle
Servicios básicos (Agua, luz, gas)	\$ 25,00	Luz (\$50), agua(\$25), gas(\$28)
Depreciación del local	\$ 79,59	Mensual
Limpieza (materiales y productos)	\$ 25,50	Desinfectante, cloro, ambientador, esponjas, toallas de cocina, funda de basura, jabón líquido
Indumentaria del personal operativo (cocinero, ayudante de cocina)	\$ 17,00	Chaquetas, pantalones, cofias, delantales, zapatos
Mantenimiento preventivo	\$ 30,00	Revisión de bombillas, plomería menor
Total	\$ 177,09	

De esta manera es necesario que, para el funcionamiento del restaurante, se considere la contratación de mano de obra directa, asegurando que el personal cuente con las competencias necesarias para la adecuada preparación de platillos. Conforme a lo establecido por el (Ministerio de Trabajo , 2024), y las disposiciones del Código de Trabajo, se respetará los beneficios de ley y las normativas vigentes. En este sentido, se provee incorporar personal debidamente capacitado en el área de gastronomía, a fin de garantizar un servicio de calidad y eficiencia operativa. existe beneficios de ley, como también estipulaciones del código de trabajo, considerando que se necesita contratar al personal capacitado en gastronomía.

3.8.2.1.3 Mano de Obra Directa

Tabla 27

Estimación de la Mano de Obra Directa

Personal	Cantidad	Ingreso Mensual	Ingreso Anual	A. Patronal 12,15%	XIII Sueldo	XVIII Sueldo	Vacaciones	Total Anual
Cocinero Polivalente	1	\$ 314,17	\$ 3.769,98	\$ 458,05	\$ 314,17	\$ 500,00	\$ 157,08	\$ 5.199,28
Ayudante de cocina	1	\$ 312,61	\$ 3.751,35	\$ 455,79	\$ 312,61	\$ 500,00	\$ 156,31	\$ 5.176,06
Total	2	\$ 626,78	\$ 7.521,34	\$ 913,84	\$ 626,78	\$ 1.000,00	\$ 313,39	\$ 10.375,35

Nota: En la tabla se muestra el número estimado de horas que va a trabajar el cocinero y el ayudante de cocina, considerando que el


restaurante estará abierto viernes, sábado y domingo en los horarios de 12:00 am hasta las 21:00 pm. Cumpliendo 27 horas/ semana y el total de horas mensuales aproximado a cuatro semanas un total de 108 horas/mes. Por lo cual se considera un salario mensual proporcional.

De acuerdo con los cálculos realizados de los Costos Indirectos de Fabricación (CIF) y de la Mano de Obra Directa (MOD) de manera mensual, se estimaron los costos correspondientes en cada sub receta, con el fin de determinar el costo total de elaboración de cada plato tradicional. (Anexo 5). (Anexo 6), (Anexo 7), (Anexo 8)

Tabla 28

Estimación del precio del primero menú

Nombre del plato		Fritada			
Cantidad		324			
Valor de la unidad		0,190			
Número de PAX		1 PAX			




INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carne de cerdo	gr	130	0,052	0,6824
Tostado	gr	25	0,011	0,0848
Chochos	gr	26	0,002	0,0573
Ensalada	gr	48	0,113	0,0203
Mote	gr	50	0,002	0,0769
Papas	gr	45	0,010	0,0470
Chicha	gr	225	0,026	0,2320
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				1,201
CIF por plato				0,847823045
MOD por plato				0,726918045
COSTO TOTAL				2,776
% de ganancia: 44%				1,22
Precio Venta				4,00

Tabla 29

Estimación del precio del segundo menú

Nombre del plato		Hornado			
Cantidad		232			
Valor de la unidad		0,226			
Número de PAX		1 PAX			



INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
---------------------	------------	-----------------	-----------------------	--------------------

Carne de cerdo	gr	117	0,049	0,2304
Tortilla	gr	48	0,021	0,0676
Mote	gr	50	0,006	0,0588
Ensalada	gr	15	0,113	0,0083
Tostado	gr	22	0,011	0,0678
Chicha	gr	225	0,026	0,2320
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,665
CIF por plato				0,84782305
MOD por plato				0,42071027
COSTO TOTAL				1,933
% de ganancia: 55%				1,06
Precio Venta				3,00

Tabla 30

Estimación del precio del tercer menú



Nombre del plato	Patas de cerdo Guisadas				
Cantidad		600			
Valor de la unidad		0,112			
Número de PAX	1	PAX			
					
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Patas de cerdo	gr	350	0,054	0,9594	
Puré de papas	gr	200	0,044	0,1374	
Ensalada	gr	15	0,003	0,0375	
Tostado	gr	35	0,011	0,1696	
Chicha	gr	225	0,0255	0,232	
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				1,536	
CIF por plato				0,847823045	
MOD por plato				1,338336543	
COSTO TOTAL				3,722	
% de ganancia: 34%				1,27	
Precio Venta				5,00	

Tabla 31

Estimación del precio del cuarto menú

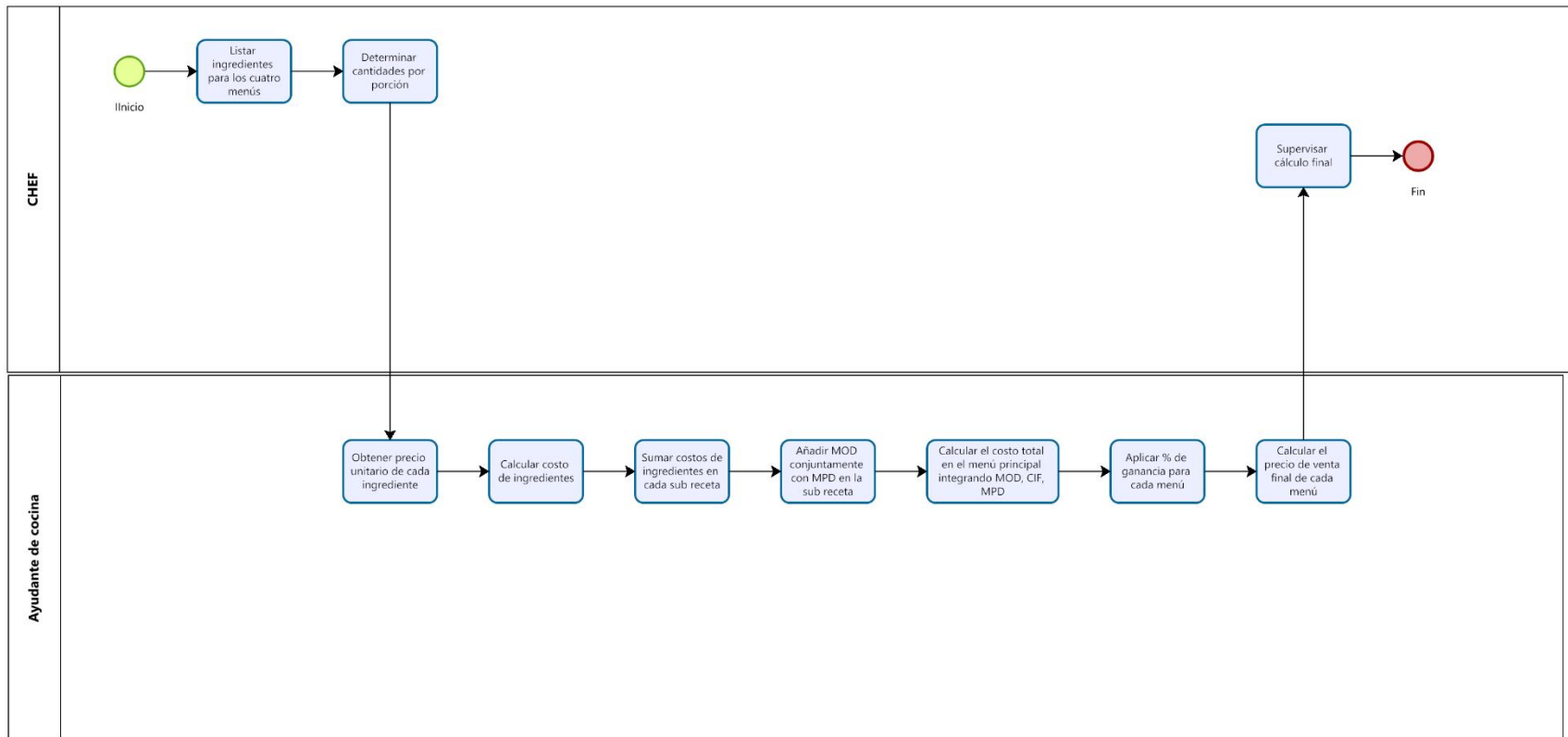
Nombre del plato	Cuy				
Cantidad	945				
Valor de la unidad	1,000				
Número de PAX	1	PAX			
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Cuy	gr	800	0,031	7,8090	
Papas con maní	gr	130	0,038	0,4280	
Ensalada	gr	15	0,004	0,0184	
Chicha		225	0,026	0,2320	
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				8,487	
CIF por plato				0,84782305	
MOD por plato				2,27711208	
COSTO TOTAL				11,612	
% de ganancia: 29%				3,37	
Precio Venta				15,00	

De acuerdo a cálculo que se realizó de manera detallada, se presentaron los cuatro menús principales con su respectivo precio de venta, una vez definido los costos de Materia Prima Directa (MPD), MOD y CIF en cada receta base. Para efectos del estudio, se proyectó una venta estimada de 324 platos durante el primer mes de operación, distribuida entre los cuatro menús tradicionales que el restaurante ofreció. Esta estimación se basó en el análisis de la demanda potencial durante los días de su operación del local (viernes, sábado, domingo), considerando como los de mayor afluencia turística. Además, se contempló que muchos de estos días coincidían con feriados, lo que incremento significativamente el flujo de visitantes y, por ende, las oportunidades de venta.

Además, para establecer de manera más clara de cómo se calculó los costos en cada ficha de cada uno de los platos que se va a ofrecer en el restaurante se explica a continuación:

Figura 32

Cálculo de los costos de las fichas de menús



3.8.2.1.4 Depreciación Operativa

Tabla 32

Depreciación de la construcción

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
		DEPRECIAR	ANUAL	MENSUAL
Construcción	5%	\$ 19.102,73	955,14	79,59
TOTAL			955,14	79,59

Tabla 33

Depreciación infraestructura sanitaria

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
		DEPRECIAR	ANUAL	MENSUAL
Baños	5%	\$ 100,00	5,00	0,42
Lavamanos	5%	\$ 50,00	2,50	0,21
Espejo	5%	\$ 25,00	1,25	0,10
TOTAL			8,75	0,73

Tabla 34

Depreciación maquinaria de cocina

Maquinaria de cocina				
DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Cocina industrial	10%	\$ 250,00	25,00	2,08
Refrigeradora	10%	\$ 350,00	35,00	2,92
Licuadaora	10%	\$ 80,00	8,00	0,67
TOTAL			68,00	5,67

Tabla 35

Depreciación enseres de cocina

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Ollas	33%	\$ 54,00	18,00	1,50
sartenes	33%	\$ 36,00	12,00	1,00
cucharones	33%	\$ 8,00	2,67	0,22
Tablas de cortas	33%	\$ 3,00	1,00	0,08
Cuchillos de cocina	33%	\$ 4,50	1,50	0,13
Coladores pequeños	33%	\$ 5,00	1,67	0,14
Pinzas de cocina	33%	\$ 1,50	0,50	0,04
Peladores	33%	\$ 3,00	1,00	0,08
Rallador	33%	\$ 3,00	1,00	0,08
TOTAL			39,33	3,28

Tabla 36

Depreciación muebles de cocina

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN	
			ANUAL	MENSUAL
Mesa de trabajo en acero inoxidable	20%	\$ 150,00	30,00	2,50
Estantería de cocina	20%	\$ 100,00	20,00	1,67
Mesa con fregadero (lavaplatos)	20%	\$ 200,00	40,00	3,33
Dispensador	20%	\$ 45,00	9,00	0,75
Armario para insumos secos	20%	\$ 35,00	7,00	0,58
Mueble de basura con separación	20%	\$ 20,00	4,00	0,33
TOTAL			110,00	9,17

Tabla 37

Resumen depreciación operativa

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN	
			ANUAL	MENSUAL
Construcción	5%	\$ 19.102,73	955,14	79,59469417
Infraestructura Sanitaria	5%	\$ 175,00	8,75	0,729166667
Maquinaria de cocina	10%	\$ 680,00	68,00	5,666666667
Enseres de cocina	33%	\$ 118,00	39,33	3,277777778
Muebles de cocina	20%	\$ 550,00	110,00	9,166666667
TOTAL			1.181,22	98,43

3.8.2.2 Presupuesto de Gastos administrativos

En este apartado se desglosa los gastos administrativos necesarios que van a estar acorde al funcionamiento del restaurante en su operación. Estos gastos no están relacionados directamente con la producción o prestación del servicio del establecimiento, sin embargo, es necesario tomarlo en cuenta porque incurre en la gestión y operatividad. A continuación, se presentará una estimación de costos según los elementos que son necesarios para el restaurante.

Tabla 38

Estimación de gastos administrativos

Elementos	Descripción	Periodicidad	Cantidad	Costo unitario	Valor Total estimado
Sueldo administrador	Administrador	Mensual	1	\$ 317,25	\$ 317,25
Servicios básicos	Electricidad	Mensual	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	Rollo térmico para impresora		4	\$ 1,50	\$ 6,00
Papelería y útiles	Bolígrafo/marcador	Mensual	1	\$ 2,65	\$ 2,65
	Cuaderno o libro auxiliar		1	\$ 2,00	\$ 2,00
	Cinta adhesiva, grapas, clips		1	\$ 1,50	\$ 1,50
	Patente Municipal		1	\$ 60,00	\$ 60,00
Licencias y permisos	Permiso Sanitario (MSP)		1	\$ 80,00	\$ 80,00
	Permiso de Bomberos	Anual	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Permiso por uso de música o ambiente (SAYCE/SOPROFON)		1	\$ 30,00	\$ 30,00
Imagen institucional	Diseño de logotipo profesional	único	1	\$ 25,00	\$ 25,00
	Diseño de menú físico	anual	6	\$ 6,00	\$ 36,00
	Letrero exterior (diseño)	único	1	\$ 45,00	\$ 45,00
	Tarjetas de presentación	mensual	25	\$ 0,10	\$ 2,50
Software de Gestión	Licencia mensual de software de gestión (incluye facturación electrónica SRI, inventario)	Mensual	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Internet y teléfono	Pedidos, reservas, administración digital	Mensual	1	\$ 25,00	\$ 25,00
TOTAL					\$ 712,90

3.8.2.2.1 Depreciación Operativa

Tabla 39

Depreciación muebles para servicio

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
		DEPRECIAR	ANUAL	MENSUAL
Juego de mesa con sillas rectangulares	15%	\$ 1.600,00	240,00	20,00
Juego de mesa con sillas circular	15%	\$ 600,00	90,00	7,50
Mueble de caja/recepción	15%	\$ 50,00	7,50	0,63
Mueble de recepción	10%	150,00	15,00	1,25
TOTAL			352,50	29,38

Tabla 40

Depreciación equipos de computación

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
		DEPRECIAR	ANUAL	MENSUAL
Laptop Hp	20%	500,00	100,00	8,33
Impresora Ticket	20%	60,00	12,00	1,00
Caja registradora	20%	80,00	16,00	1,33
Teléfono fijo	20%	30,00	6,00	0,50
TOTAL			134,00	11,17

Tabla 41

Depreciación de la decoración

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
		DEPRECIAR	ANUAL	MENSUAL
Cuadros de la cultura Otavaleña	20%	33,00	6,60	0,55

Iluminación Rústica	20%	8,00	1,60	0,13
Sombreros Otavaleños	20%	24,00	4,80	0,40
Fajas Otavaleñas	33%	8,00	2,64	0,22
TOTAL			15,64	1,30

Tabla 42

Resumen depreciación administrativa

DESCRIPCIÓN	% DEPREC.	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN	
			ANUAL	MENSUAL
Muebles para servicio	15%	\$ 2.400,00	352,50	29,375
Equipos de computación	20%	\$ 670,00	134,00	11,16666667
Decoración	20%	\$ 73,00	15,64	1,303333333
TOTAL			502,14	41,85

3.8.2.3 Presupuesto Gastos de venta

Para generar el posicionamiento en el mercado del restaurante temático “Un mundo de delicias y Cultura” en el Lago San Pablo se requiere generar una amplia publicidad con el apoyo de diferentes medios como a través de la radio y página web, y redes sociales (Instagram y Facebook), a través de las plataformas digitales se dará a conocer al cliente los menús, horarios de atención, contactos de reservación, ubicación, además de presentar en videos el espacio temático del restaurante que conjuntamente al generar diferentes promociones que pueden ser por el consumo familiar o descuentos en eventos especiales se procurara aumentar las ventas.

De esta manera las plataformas digitales y con el medio auditivo nos ayudará a llegar a mayor número de visitas al restaurante cumpliendo así el objetivo de tener un posicionamiento en el mercado, como también será de utilidad generar promoción a través de la circulación de volantes de manera interna en la atención del restaurante, y de forma externa con el turista.

Tabla 43*Estimación de gastos de venta*

Elementos	Descripción	Periodicidad	Cantidad	Costo unitario	Valor Total estimado
Publicidad radial	Pausas publicitarias en radio	mensual	15	\$ 3,00	\$ 45,00
Publicidad en redes sociales	Promoción pagana en Facebook, Instagram	mensual	8	\$ 5,00	\$ 40,00
Impresión de volantes	Folletos promocionales	mensual	50	\$ 0,20	\$ 10,00
TOTAL					\$ 95,00

Nota: En esta tabla se presenta la apertura estimada de cantidades y valor del gasto publicitario y promocional que será para el primer mes de operación, y en meses posteriores, de acuerdo a la necesidad de promoción se ajustará la inversión.

3.8.2.4 Proyección de Ingresos

En este estado de resultados proyectado para el primer año del restaurante, refleja una visión completa a corto plazo de las expectativas financieras del establecimiento, la cual se basa en las estimaciones de ingresos por ventas, costos operativos, gastos administrativos y financieros, con el fin de obtener una utilidad neta esperada que refleje una viabilidad económica y financiera del restaurante. Por tal razón, como se presenta en la tabla en el periodo de los dos primeros meses existirá una pérdida, sin embargo, al cumplir el año de operatividad el local cumple con una utilidad acumulada de **\$18.681,53**.

TOTAL INGRESOS C	5,0	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	249,38	2.992,55
INGRESOS CUY														
DEMANDA Q		74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	888,00
TOTAL INGRESOS C	15,0	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	1.108,52	13.302,19
TOTAL INGRESOS A+B+C		2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	24.135,57
TOTAL INGRESOS MENSUALES		2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	2.011,30	24.135,57
COSTOS Y GASTOS														
COSTOS OPERACIONALES														
Servicios básicos (Agua, luz, gas)		25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
Limpieza (materiales y productos)		25,50		25,50			25,50			25,50			25,50	127,50
Indumentaria del personal operativo (cocinero, ayudante de cocina)		17,00					17,00						17,00	51,00

Mantenimiento preventivo							30,00					30,00	60,00
Depreciación	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	98,43	1.181,22
SUELDOS	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	626,78	7.521,34
BENEFICIOS	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	130,56	1.566,78
APORTE PATRONAL	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	76,15	913,84
													-
TOTAL COSTO OPERATIVO	999,43	956,93	982,43	956,93	956,93	1.029,43	956,93	956,93	982,43	956,93	956,93	1.029,43	11.721,68
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
SUELDOS	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	317,25	3.807,00
BENEFICIOS	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	65,60	787,25
APORTE PATRONAL	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	38,55	462,55
Servicios básicos/ Electricidad	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	120,00
Depreciación	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	41,85	502,14
Papelería y útiles	12,50					12,50			12,50			12,50	50,00

Licencias y permisos	190,00		30,00											220,00
Imagen institucional	106,00		2,50											108,50
Software de Gestión	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
Internet y teléfono	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	300,00
VARIOS E IMPREVISTOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS ADMINISTRAT.	826,75	518,25	550,75	518,25	518,25	530,75	518,25	518,25	530,75	518,25	518,25	530,75		6.597,44
GASTOS FINANCIEROS														
INTERESES	120,00	118,68	117,35	115,99	114,62	113,23	111,82	110,40	108,95	107,48	106,00	104,49		1.349,02
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	120,00	118,68	117,35	115,99	114,62	113,23	111,82	110,40	108,95	107,48	106,00	104,49		1.349,02
UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	65,12	417,44	360,77	420,13	421,50	337,89	424,30	425,73	389,17	428,64	430,12	346,63		4.467,44

3.8.3 Fuentes de Financiamiento

En la tabla se presenta la distribución del aporte de capital propio como también el aporte de financiamiento externo que se va a necesitar, de manera que como aporte propio es \$ 21.629,29, que quiere decir es con lo que se cuenta desde inicio el restaurante para operar, y para cubrir las inversiones que faltan se generará un préstamo aproximado de \$9.000 para cubrir con las inversiones requeridas para operar el negocio.

Se entiende que al realizar la distribución entre aporte propio y préstamo se indica un equilibrio que favorece la sostenibilidad financiera del restaurante, de manera que no depende exclusivamente del financiamiento externo.

Tabla 45

Fuentes de financiamiento estimado

CONCEPTO	APORTE	PRÉSTAMO
	CAPITAL	
Terreno	\$ 2.526,56	
Local construido	\$ 19.102,73	
Aporte Propio EFECTIVO	\$ -	
Maquinaria de cocina		\$ 680,00
Enseres de cocina		\$ 118,00
Muebles de cocina		\$ 550,00
Muebles para servicio		\$ 835,00
Equipos de computación		\$ 165,00
Menaje para servicios		\$ 345,00
Suministro de limpieza		\$ 29,00
Decoración		\$ 78,00
Infraestructura de servicios sanitarios		\$ 175,00
Capital de Trabajo		\$ 5.408,48
Sub total	\$ 21.629,29	\$ 8.383,48
TOTAL INVERSIONES		\$ 30.012,77

En la tabla de amortización se aproxima el valor de la inversión que se necesita de \$9.000, considerando que los datos son en función al 16% de la tasa de interés que proporciona el Banco Pichincha para créditos para micro emprendimientos en Ecuador.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

CAPITAL	9.000			Pago requerido	219
TASA INTERES	16,0%	1,3%		Pago total	13.132
NUMERO AÑOS	5			pago total inter.	
CUOTAS	60			FACTOR	0,024
CUOTA	PRINCIPAL	INTERES	COMISION	TOTAL	SALDO
1	98,86	120,00	0	218,86	8.901,14
2	100,18	118,68	0	218,86	8.800,96
3	101,52	117,35	0	218,86	8.699,44
4	102,87	115,99	0	218,86	8.596,57
5	104,24	114,62	0	218,86	8.492,33
6	105,63	113,23	0	218,86	8.386,70
7	107,04	111,82	0	218,86	8.279,66
8	108,47	110,40	0	218,86	8.171,19
9	109,91	108,95	0	218,86	8.061,28
10	111,38	107,48	0	218,86	7.949,90
11	112,86	106,00	0	218,86	7.837,03
12	114,37	104,49	0	218,86	7.722,67
13	115,89	102,97	0	218,86	7.606,77
14	117,44	101,42	0	218,86	7.489,33
15	119,00	99,86	0	218,86	7.370,33
16	120,59	98,27	0	218,86	7.249,74
17	122,20	96,66	0	218,86	7.127,54
18	123,83	95,03	0	218,86	7.003,71
19	125,48	93,38	0	218,86	6.878,23
20	127,15	91,71	0	218,86	6.751,08
21	128,85	90,01	0	218,86	6.622,23
22	130,57	88,30	0	218,86	6.491,66
23	132,31	86,56	0	218,86	6.359,36
24	134,07	84,79	0	218,86	6.225,28
25	135,86	83,00	0	218,86	6.089,43
26	137,67	81,19	0	218,86	5.951,76
27	139,51	79,36	0	218,86	5.812,25
28	141,37	77,50	0	218,86	5.670,88
29	143,25	75,61	0	218,86	5.527,63
30	145,16	73,70	0	218,86	5.382,47
31	147,10	71,77	0	218,86	5.235,38
32	149,06	69,81	0	218,86	5.086,32
33	151,04	67,82	0	218,86	4.935,27
34	153,06	65,80	0	218,86	4.782,21

35	155,10	63,76	0	218,86	4.627,11
36	157,17	61,69	0	218,86	4.469,95
37	159,26	59,60	0	218,86	4.310,68
38	161,39	57,48	0	218,86	4.149,30
39	163,54	55,32	0	218,86	3.985,76
40	165,72	53,14	0	218,86	3.820,04
41	167,93	50,93	0	218,86	3.652,11
42	170,17	48,69	0	218,86	3.481,94
43	172,44	46,43	0	218,86	3.309,51
44	174,74	44,13	0	218,86	3.134,77
45	177,07	41,80	0	218,86	2.957,71
46	179,43	39,44	0	218,86	2.778,28
47	181,82	37,04	0	218,86	2.596,46
48	184,24	34,62	0	218,86	2.412,22
49	186,70	32,16	0	218,86	2.225,52
50	189,19	29,67	0	218,86	2.036,33
51	191,71	27,15	0	218,86	1.844,62
52	194,27	24,59	0	218,86	1.650,35
53	196,86	22,00	0	218,86	1.453,49
54	199,48	19,38	0	218,86	1.254,01
55	202,14	16,72	0	218,86	1.051,87
56	204,84	14,02	0	218,86	847,03
57	207,57	11,29	0	218,86	639,46
58	210,34	8,53	0	218,86	429,12
59	213,14	5,72	0	218,86	215,98
60	215,98	2,88	0	218,86	0,00
	9.000,00	4.131,75	-	13.131,75	0,00

3.8.4 Estado de Resultados Proyectado (5 años)

De acuerdo a este estado de resultados que se proyectó para 5 años, presenta que el análisis de evolución financiera del negocio durante estos años de operación se desarrolla un crecimiento año tras año a base de la estimación de la demanda turística en el sector, además de que los precios se ajustan gradualmente, conjuntamente con la optimización de recursos operativos y administrativos

Además, se considera que la utilidad neta final del estado de resultados en el primer año aumenta de \$2.847,99 a \$ 24.823,48 en el quinto año, reflejando una rentabilidad acumulada sostenible y creciente.

Tabla 46

Estado de resultados anual estimado

UN MUNDO DE DELCIAS Y CULTURA ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL 01 ENERO AL 31 DICIEMBRE EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS FRITADA					
DEMANDA TURISTAS	1.152,00	1.440,00	1.800,00	2.160,00	2.484,00
PRECIO POR PERSONA	4,00	4,12 -	4,22 -	4,35 -	4,50
INGRESO TOTAL FRITADA	4.604,26	5.932,80	7.601,40	9.395,33	11.182,79
INGRESOS HORNADO					
DEMANDA TURISTAS	1.080,00	1.350,00	1.687,50	2.025,00	2.328,75
PRECIO POR PERSONA	3,00	3,09 -	3,17 -	3,26 -	3,38
INGRESO TOTAL HORNADO	3.236,56	4.171,50	5.344,73	6.606,09	7.862,90
INGRESOS PATAS DE CERDO GUISADAS					
DEMANDA TURISTAS	600,00	750,00	937,50	1.125,00	1.293,75
PRECIO POR PERSONA	5,00	5,15 -	5,25 -	5,41 -	5,60
INGRESO TOTAL PATAS DE CERDO	2.992,55	3.862,50	4.924,69	6.086,91	7.244,95
INGRESOS CUY					

DEMANDA TURISTAS	888,00	1.110,00	1.387,50	1.665,00	1.914,75
PRECIO POR PERSONA	15,00	15,45	15,76	16,23	16,80
INGRESO TOTAL CUY	13.302,19	17.149,50	21.865,61	27.025,90	32.167,57
TOTAL INGRESOS TOUR A+B+C	24.135,57 -	31.116,30 -	39.736,43 -	49.114,23 -	58.458,22
TOTAL INGRESOS ANUALES	24.135,57	31.116,30	39.736,43	49.114,23	58.458,22
COSTOS OPERACIONALES					
Servicios básicos (Agua, luz, gas)	300,00	304,50	309,07	313,70	318,41
Limpieza (materiales y productos)	127,50	129,41	131,35	133,32	135,32
Indumentaria del personal operativo (cocinero, ayudante de cocina)	51,00	51,77	52,54	53,33	54,13
Depreciación	1.181,22	1.181,22	1.181,22	1.181,22	1.181,22
Mantenimiento preventivo	60,00	60,90	60,90	61,81	61,81
SUELDOS	7.521,34	7.634,16	7.748,67	7.864,90	7.982,87
BENEFICIOS	1.566,78	1.590,28	1.614,13	1.638,35	1.662,92
APORTE PATRONAL	913,84	927,55	941,46	955,59	969,92

TOTAL COSTO OPERATIVO ANUAL	11.721,68	-	11.879,78	12.039,35	12.202,22	12.366,61
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
SUELDOS	3.807,00		3.864,11	3.922,07	3.961,29	4.020,71
BENEFICIOS	787,25		799,06	811,04	823,21	835,56
APORTE PATRONAL	462,55		469,49	476,53	483,68	490,93
Depreciación	502,14		502,14	502,14	502,14	502,14
Servicios básicos/ Electricidad	120,00		121,80	123,63	124,86	126,11
Papelería y útiles	50,00		50,75	51,51	50,50	51,01
Licencias y permisos	220,00		223,30	226,65	230,05	233,50
Imagen institucional	108,50		110,13	111,78	110,13	111,23
Software de Gestión	240,00		243,60	247,25	249,73	252,22
Internet y teléfono	300,00		304,50	- 309,07	312,16	315,28
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS ANUALES	6.597,44		6.688,87	6.781,67	6.847,74	6.938,69
GASTOS FINANCIEROS						
INTERESES	1.349,02		1.128,97	871,01	568,62	214,13
TOTAL GASTOS FINANCIEROS ANUALES	1.349,02		1.128,97	871,01	568,62	214,13

UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	4.467,44		11.418,68		20.044,40		29.495,65		38.938,79
AMORTIZACIÓN PERDIDA									
UTILIDAD ANTES 15% P.T Y 25% IMPTO. RENTA	4.467,44	-	11.418,68	-	20.044,40	-	29.495,65	-	38.938,79
15 % PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	670,12	-	1.712,80	-	3.006,66	-	4.424,35	-	5.840,82
UTILIDAD ANTES 25 % IMPTO. RENTA	3.797,32	-	9.705,88	-	17.037,74	-	25.071,30	-	33.097,97
25% IMPUESTO RENTA	949,33	-	2.426,47	-	4.259,44	-	6.267,83	-	8.274,49
UTILIDAD NETA	2.847,99	-	7.279,41	-	12.778,31	-	18.803,48	-	24.823,48

3.8.4 Flujo de Caja Proyectado

En la tabla se presenta el flujo de caja proyectado del restaurante temático, permitiendo observar que su capacidad para generar liquidez, cubrir obligaciones y también puede mantener una operación financiera saludable, al igual que los anteriores análisis en los estados de resultado este flujo de caja presenta y confirma que el restaurante tiene una viabilidad y sustentabilidad.

Tabla 47

Flujo de caja estimado

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Ventas	-	24.135,57	31.116,30	39.736,43	49.114,23	58.458,22
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	-	24.135,57	31.116,30	39.736,43	49.114,23	58.458,22
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costo Operativo	-	11.721,68	11.879,78	12.039,35	12.202,22	12.366,61
Gastos Administración	-	6.597,44	6.688,87	6.781,67	6.847,74	6.938,69
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	-	18.319,12	18.568,65	18.821,02	19.049,96	19.305,30
C. Flujo Operacional (A-B)	-	5.816,45	12.547,65	20.915,42	30.064,27	39.152,92
Depreciación		1.683,36	1.683,36	1.683,36	1.683,36	1.683,36
FLUJO OPERATIVO AJUSTADO		7.499,81	14.231,01	22.598,78	31.747,63	40.836,28
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito a Largo Plazo	8.383,48	-	-	-	-	-

Aporte de Capital	21.629,29	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	30.012,77	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de Interés Crédito Largo Plazo	-	1.349,02	1.128,97	871,01	568,62	214,13
Pago de Crédito Largo Plazo	-	1.277,33	1.497,38	1.755,34	2.057,73	2.412,22
Terreno	2.526,56	-	-	-	-	-
Local construido	19.102,73	-	-	-	-	-
Maquinaria de cocina	680,00	-	-	-	-	-
Enseres de cocina	118,00					
Muebles de cocina	550,00					
Muebles para servicio	835,00					
Equipos de computación	165,00					
Menaje para servicios	345,00					
Suministro de limpieza	29,00					
Decoración	78,00					
Infraestructura de servicios sanitarios	175,00					
Capital de Trabajo	5.408,48					
Gastos Pre operacionales	-	-	-	-	-	-
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	30.012,77	2.626,35	2.626,35	2.626,35	2.626,35	2.626,35
F. Flujo no Operacional (D-E)						
	-	2.626,35	2.626,35	2.626,35	2.626,35	2.626,35
G. Flujo Neto Generado (C+F)						
	-	4.873,46	11.604,66	19.972,43	29.121,28	38.209,93

H. Saldo Inicial de Caja	-	-	4.873,46	16.478,1 2	36.450,54	65.571,83
I. Saldo Final de Caja	\$ -	\$ 4.873,46	\$ 16.478,1 2	\$ 36.450,5 4	\$ 65.571,83	\$ 103.781,75

3.8.5 Evaluación financiera

3.8.5.1 Tasa de descuento

Se considera a la tasa de descuento (TD) dentro de la evaluación financiera como un parámetro clave que permite traer a valor presente los flujos de caja futuros del restaurante. En el presente análisis se estableció que la tasa de descuento es del 29,83 %, a base de la combinación del capital propio y el financiamiento externo del banco Pichincha.

Tabla 48

Costo de Oportunidad estimado

CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD				
RECURSOS	VALOR MONETARIO	% COMPOSICIÓN	TASA / PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Propio	21.629,29	71%	30%	21,18%
Financiado	9.000,00	29%	16%	4,70%
Total	30.629,29	100%		25,89%

Tabla 49

Tasa de descuento estimado

TASA DE DESCUENTO CON FINANCIAMIENTO	
CK	25,89%
INFLACIÓN	3,13%
TD	$(1+CK)*(1+I)-1$

TD	29,83%
-----------	---------------

3.8.5.2 Valor Actual Neto (VAN)- Tasa Interna de Retorno (TIR)

Considerando el porcentaje de la tasa de descuento del 29,83 %, se considera que para el cálculo de la VAN y TIR, conforme a la inversión inicial que se muestra es financieramente rentable y sostenible el negocio, ya que existe una recuperación adecuada de capital invertido y un retorno atractivo en el periodo de cinco años.

Es decir que el Valor Actual Neto (VAN) de \$10.364,10 genera un excedente económico con un valor positivo, lo cual es por encima del costo de capital y en cuanto a la Tasa Interna de Retorno (TIR), establece que con el 70% supera holgadamente la tasa de descuento lo que implica para el negocio una rentabilidad mayor al costo de oportunidad.

Tabla 50

Calculo del TIR, VAN estimado

Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	% TIR	VAN
Inicial							
- 30.012,77	4.873,46	11.604,66	19.972,43	29.121,28	38.209,93	42%	10.364,10

3.8.5.3 Periodo de recuperación de la inversión

En el periodo de recuperación que es otro de los indicadores para analizar la viabilidad del negocio, refleja que los flujos netos de caja acumulados igualan o superan la inversión inicial, de manera que para el negocio recupere el capital invertido será en el periodo a partir del tercer año de operación, es decir que el restaurante se vuelve rentable a partir de ese tiempo.

Tabla 51

Periodo de recuperación estimado

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
0	- 30.012,77	- 30.012,77
1	4.873,46	- 25.139,30
2	11.604,66	- 13.534,65
3	19.972,43	6.437,78
4	29.121,28	35.559,06
5	38.209,93	73.768,99

3.8.5.3 Análisis de punto de equilibrio Multiproducto

Para establecer el punto de equilibrio multiproducto en este estudio financiero se considera analizarlo de manera muy detallada en la cual es muy importante considerar que el PE monetario y de unidades vendidas son complementarios, ya que el buscan la rentabilidad operativa y en cuanto al PRI busca la recuperación de inversión inicial.

Tabla 52

Cálculo estimado de costos de producción

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS OPERATIVOS	\$ 11.543,18	\$ 11.698,61	\$ 11.855,45	\$ 12.015,57	\$ 12.177,15
Servicios básicos	\$ 300,00	\$ 304,50	\$ 309,07	\$ 313,70	\$ 318,41
Depreciación	\$ 1.181,22	\$ 1.181,22	\$ 1.181,22	\$ 1.181,22	\$ 1.181,22
Mantenimiento Preventivo	\$ 60,00	\$ 60,90	\$ 60,90	\$ 61,81	\$ 61,81
Sueldo del personal operativo	\$ 7.521,34	\$ 7.634,16	\$ 7.748,67	\$ 7.864,90	\$ 7.982,87

Beneficios del personal operativo	\$ 1.566,78	\$ 1.590,28	\$ 1.614,13	\$ 1.638,35	\$ 1.662,92
Aporte patronal del personal operativo	\$ 913,84	\$ 927,55	\$ 941,46	\$ 955,59	\$ 969,92
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 11.543,18	\$ 11.698,61	\$ 11.855,45	\$ 12.015,57	\$ 12.177,15

PLATOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fritada	\$ 1,93	1,96	1,99	2,01	2,03
Hornado	\$ 1,09	1,10	1,12	1,13	1,14
Patas de cerdo guisada	\$ 2,87	2,92	2,96	2,99	3,02
Cuy	\$ 10,76	10,93	11,09	11,20	11,31
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 16,65	16,90	17,16	17,33	17,50

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO

Margen unitario = Precio de Venta- Costo variable unitario

Tabla 53

Margen de contribución unitario

Platos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fritada	\$ 2,07	\$ 2,16	\$ 2,24	\$ 2,34	\$ 2,48
Hornado	\$ 1,91	\$ 1,99	\$ 2,05	\$ 2,13	\$ 2,24
Patas	\$ 2,13	\$ 2,23	\$ 2,29	\$ 2,42	\$ 2,58
Cuy	\$ 4,24	\$ 4,52	\$ 4,67	\$ 5,03	\$ 5,49

TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$
	10,35	10,91	11,25	11,93	12,78

MEZCLA DE VENTAS (VOLUMEN)

Tabla 54

Mezcla de ventas volumen

Platos	Valor	% volumen
Fritada	1.152,00	31%
Hornado	1.080,00	29%
Patas	600,00	16%
Cuy	888,00	24%
TOTAL	3.720,00	100%

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO

$$MC \text{ ponderado} = \sum (\text{mix } X \text{ margen unitario})$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MC					
ponderado=	2,55	2,69	2,77	2,94	3,14

PUNTO DE EQUILIBRIO MULTIPRODUCTO

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Marge de contribución ponderado}}$$

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PE=	$\frac{11.543,18}{2,55}$	$\frac{11.698,61}{2,69}$	$\frac{11.855,45}{2,77}$	$\frac{12.015,57}{2,94}$	$\frac{12.177,15}{3,14}$
PE=	4.524,18	4.353,51	4.277,17	4.092,16	3.876,05

Tabla 55

Cálculo del Punto de equilibrio anual

Año	Costos Fijos (USD)	MC Ponderado (USD/unidad . eq.)	Unidades eq PE	Ventas en PE reportadas	Ingresos proyectados (USD)	Diferencia (Ingresos – PE)	Utilidad Neta proyectada (USD)
Año 1	11.543,18	2,55	4.524,18	\$ 29.392,55	24.168,00	-5.224,55	-2.051,81
Año 2	11.698,61	2,69	4.353,51	\$ 29.132,28	31.116,30	1.984,02	796,72
Año 3	11.855,45	2,77	4.277,17	\$ 29.240,36	39.736,43	10.496,08	4.255,62
Año 4	12.015,57	2,94	4.092,16	\$ 28.814,79	49.114,23	20.299,44	8.464,73
Año 5	12.177,15	3,14	3.876,05	\$ 28.248,32	58.458,22	30.209,89	13.022,74

Una vez establecido el cálculo y análisis del Punto de equilibrio, conjuntamente con los otros indicadores de evaluación financiera se establece que el estudio de factibilidad del restaurante “un mundo de delicias y cultura”, representa resultados relevantes para considerar su viabilidad.

Con respecto al Punto de equilibrio, se presenta una mezcla real de los platos ofrecidos, de esta manera permitió establecer cuantas unidades equivalentes deben venderse para cubrir todos los costos. No obstante, en el primer año los ingresos proyectados no logran cubrir el punto de equilibrio, de la cual se obtiene un déficit de \$5.224,55 y una utilidad negativa de \$2.051,81. Esto refleja que el restaurante no alcanza el nivel mínimo de sostenibilidad en el primer año.

De esta forma se considera que a partir del segundo año el Punto de Equilibrio, si representa una mejora progresiva, ya que logra superar el punto de equilibrio, considerando que a partir de este año se genera excedentes que aumentan cada año. Para este comportamiento el negocio y su análisis financiero confirma que el negocio alcanza su estabilidad operativa a partir del segundo año, de manera que logra recuperarse completamente en el tercer año, cumpliendo de esta manera el periodo de recuperación establecido. En fin, considerando todos los indicadores financieros refuerzan el estudio y confirman que el negocio proyectado si es financieramente factible y rentable.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- El estudio de mercado a través de las fichas de observación y un acercamiento directo con el personal que trabaja en el lugar y a partir del análisis del flujo de turismo anual en el Lago San Pablo se estima una demanda insatisfecha aproximada de 59.173 turistas al año, considerando que los restaurantes considerados para esta observación estiman una visita promedio de 9500 turistas al año, de esta manera respalda la implementación de nuevos emprendimientos y posibilidades de crecimiento en relación a este servicio. Así también mediante la aplicación de las encuestas a turistas que visitan el Lago San Pablo, se identificó una demanda efectiva por consumir platos típicos de la zona conjuntamente con la aceptación de ser parte de un ambiente cultural atractivo.
- En cuanto al estudio técnico el restaurante cuenta con una ventaja de ubicación, lo que permite que sea de fácil acceso al turista, como también de encontrar el local con una conectividad vial factible para los turistas. Además del lugar estratégico el local cuenta con un espacio amplio que estará adecuado a la temática cultural, conjuntamente con la vivencia al aire libre ya que el restaurante cuenta con espacios cerrados y abiertos para su degustación de los platos típicos. Dentro de la operatividad del restaurante abrirá sus puertas especialmente los fines de semana comenzando desde viernes hasta el domingo en la noche, con el fin de asegurar una mayor demanda de turistas al local por el mayor número de porcentaje de visitantes al lago estos días que en situaciones van a coincidir con feriados, lo cual generaría mayor ingreso al local.

- Para el estudio organizacional el restaurante temático “un mundo de delicias y cultura” se constituyó como persona natural, sin embargo, para su funcionamiento el local se acogió al régimen RIMPE- emprendedor, lo cual permitió que se simplificara los trámites administrativos y también redujo los costos operativos, pero la finalidad del restaurante es no quedarse estancado en este régimen si no progresar y construirse como una Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS), de manera que permita acceder a mayores oportunidades de financiamiento para hacer mejoras en el establecimiento acorde a detalles temáticos culturales de la ciudad de Otavalo, considerando también una formalización.
- En el estudio financiero se analizó los requerimientos necesarios para una inversión inicial que sea idónea para la operatividad del restaurante, de manera que se ejecutó el análisis y desarrollo de estimaciones en los estados de resultados mensual para el primer año como también una proyección para los cinco años de operación del restaurante. Considerando que se calculó a partir de la demanda insatisfecha proyectando ingresos en función a lograr atender un 15% del mercado no cubierto, como también se introdujo precios reales definidos en la propuesta gastronómica y la preferencia de consumo según las encuestas realizadas, de esta manera se logró llegar a un análisis coherente entre el estudio de mercado y las proyecciones económicas del proyecto.
- Para la evaluación financiera y la rentabilidad del restaurante se analizó a través de indicadores clases como el VAN, TIR, PIR, PE, de manera que demuestran que el proyecto no solo es rentable, sino que representa una atractiva oportunidad de inversión, además de que la cantidad mínima de productos que se va a ofrecer en el restaurante, conjuntamente con las ventas van a alcanzar cubrir todos los costos totales a partir del cuarto año, de esta manera los indicadores reflejan que el proyecto si es rentable a mediano plazo.

4.2 Recomendaciones

- Aplicar estrategias de marketing que tengan un enfoque turístico y gastronómico, de manera que se utilice herramientas o medios digitales para captar de manera más efectiva el mercado insatisfecho identificado.
- Generar una oportunidad de aprovechamiento de recursos locales, de manera que los insumos para la preparación de los platillos sean de productores comunitarios para asegurar el abastecimiento fresco y sostenible, generando así una ventaja de fortalecimiento en la oferta gastronómica de acuerdo a las preferencias del mercado objetivo.
- Gestionar alianzas con entidades turísticas de la ciudad para que sean fuente de operadores para llegar a los turistas que buscan opciones de visita en el lugar, como también crear alianzas con agencias de turismo cercanas para expandir nuestra imagen.
- De acuerdo al estudio financiero actual se basa en atender al 20% de la demanda de manera progresiva anualmente, se puede monitorear la evolución de la demanda y ajustar la capacidad operativa, para lograr planificar una expansión gradual conforme crezca la afluencia de turistas en la zona, con la ayuda de generar un plan financiero sólido con indicadores claves de rentabilidad para sostener al restaurante y establecer un seguimiento continuo de mejora.

5. BIBLIOGRAFÍA

Arozarena , Y. (2023). *Una breve historia de los restaurantes*. Panorama Cultural.

<https://www.panoramacultural.com.co/gastronomia/8049/una-breve-historia-de-los-restaurantes>

Bayona, S. (s.f.). *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA BEBIDA HIDRATANTE NATURAL A BASE DE PANELA DE LA ZONA DE INTAG HACIA ARMENIA-COLOMBIA* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Sede Ibarra].

Carvajal, A., & Carvajal, M. (2018). *Estrategias de financiamiento en sectores turísticos: hoteles y restaurantes*. Universidad Estatal de Milagro.

https://www.redalyc.org/journal/5826/582661256003/html/#redalyc_582661256003_ref28

Carvajal, E., Auerbach, P., Vivanco, F., & Guerrero, R. (2020). *La Microempresa en Ecuador: perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo*. <https://rfd.org.ec/biblioteca/pdfs/LP-092.pdf>

Casas Anguita , J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos , J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. *Atención Primaria*, 527-538.

Castellanos , L. (2017). *Técnica de Observación*. Metodología de la Investigación.

<https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/>

Chávez, L. (2025). *La tercera edición: de la NIIF para las PYMES: un cambio significativo en la contabilidad global* . Consultoría y Capacitación. <https://luis-chavez.com/niif-pymes-tercera/>

Cruz, B. (2023). *Pasos para realizar una investigación: formulación del problema, objetivos*.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE ATLIXCO. <https://www.coursesidekick.com/arts-humanities/3892799>

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION. (2024). *TIR: el indicador clave para medir la rentabilidad de inversión.*

[https://www.euroinnova.com/blog/tir#:~:text=TIR%20mayor%20a%20cero%3A%20Si,de%20rendimiento%20requerida%20\(TMRR\).](https://www.euroinnova.com/blog/tir#:~:text=TIR%20mayor%20a%20cero%3A%20Si,de%20rendimiento%20requerida%20(TMRR).)

Flores , E. (2024). *Sistema de Gestión Documental "eDoc Manager"*. Alcaldía Ciudadana Otavalo. <https://e-doc.cloud/otavalo/>

Gobierno autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito (GADDMQ). (2022). *Emisión de Registro Turístico para la actividad económica de Alimentos y Bebidas: Cafeterías, Restaurantes, Discotecas y Bares para el Distrito Metropolitano de Quito.*
<https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/emision-registro-turistico-actividad-economica-alimentos-bebidas-entrenimiento-restaurantes-bares-cafeterias-discotecas-plazas-comidas-servicio-catering-distrito-metropolitano-quito>

GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA. (2020). *Cadena de valor turismo.*
<https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-turismo-geoparque/1-cadena-de-valor-turismo.pdf>

GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA. (2020). *CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA DE LA AGENDA PRODUCTIVA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.*
<https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-ganaderia-de-leche-y-lacteos/8-cadena-de-valor-ganaderia-de-leche-y-lacteos.pdf>

González, E., Macías, B., Pulla, E., & Román , V. (2021, 23 de septiembre). *Las microempresas y el trabajo sustentable.* Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/8534718.pdf>

Google. (2025, 2 de mayo). *Lago San Pablo* [Mapa]. Google Maps

[https://www.google.com/maps/place/Lago+San+Pablo/@0.2086246,-](https://www.google.com/maps/place/Lago+San+Pablo/@0.2086246,-78.22214,14.12z/data=!4m6!3m5!1s0x8e2a13ed04b71095:0xab2d81bc91a27016!8m2!3d0.2059669!4d-78.219132!16s%2Fg%2F1vj607lk?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDQyOS4wIKXMDS0ASAFQAww%3D%3D)

[78.22214,14.12z/data=!4m6!3m5!1s0x8e2a13ed04b71095:0xab2d81bc91a27016!8m2!3d0.2059669!4d-](https://www.google.com/maps/place/Lago+San+Pablo/@0.2086246,-78.22214,14.12z/data=!4m6!3m5!1s0x8e2a13ed04b71095:0xab2d81bc91a27016!8m2!3d0.2059669!4d-78.219132!16s%2Fg%2F1vj607lk?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDQyOS4wIKXMDS0ASAFQAww%3D%3D)

[78.219132!16s%2Fg%2F1vj607lk?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDQyOS4wIKXMDS0ASAFQAww%3](https://www.google.com/maps/place/Lago+San+Pablo/@0.2086246,-78.22214,14.12z/data=!4m6!3m5!1s0x8e2a13ed04b71095:0xab2d81bc91a27016!8m2!3d0.2059669!4d-78.219132!16s%2Fg%2F1vj607lk?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDQyOS4wIKXMDS0ASAFQAww%3D%3D)

[D%3D](https://www.google.com/maps/place/Lago+San+Pablo/@0.2086246,-78.22214,14.12z/data=!4m6!3m5!1s0x8e2a13ed04b71095:0xab2d81bc91a27016!8m2!3d0.2059669!4d-78.219132!16s%2Fg%2F1vj607lk?entry=tту&g_ep=EgoyMDI1MDQyOS4wIKXMDS0ASAFQAww%3D%3D)

Guasco, C., & Luna, K. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar*. REVISTA CIENTÍFICA DOMINIO DE LAS CIENCIAS , 1071-1089.

Impuesto al Valor Agregado (IVA). (2015). *MI GUÍA TRIBUTARIA*.

<https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/f944fe25-1e09-4b0f-96e0-df386c318034/GUIA-IVA-2015.pdf>

Infoturismo. (2019). *BIENVENIDOS AL INFOCENTRO SAN PABLO-PARROQUIA SAN PABLO DEL LAGO*. <https://imbaburaotavalosan.wixsite.com/sanpablo/gastronomia>

Lang, V. (s.f.). *Intangibles en Contabilidad*. Asociación Internacional de Contabilidad :

<https://contadores-aic.org/intangibles-en-contabilidad/>

Martínez, A. (2023). *Diseño de restaurantes temáticos: Creando experiencias culinarias únicas*.

Housint: <https://housint.com/disenio-de-restaurantes-tematicos-experiencias-unicas/>

Mediano, L. (2015). *Guía Plan de marketing: guía inicial* . Universidad del País Vasco:

<https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/PLAN+DE+MARKETING+GU%C3%8DA+INICI+AL+FINAL+cast.pdf>

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2023). *INFORMACIÓN PRODUCTIVA*

TERRITORIAL. <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/cifras-agroproductivas>

Ministerio de Economía y Finanzas. (2023). *DESCUENTO IMPUESTO A LA RENTA: Instructivo Recálculo Impuesto Renta julio 2023 Decreto 742.p.* https://spryn.finanzas.gob.ec/esipren-web/archivos_html/file/Instructivo%20Rec%C3%A1culo%20Impuesto%20Renta%20julio%202023%20Decreto%20742.pdf

Ministerio de Gobierno (MDG). (2024). *Emisión de permisos de funcionamiento a establecimientos categoría 4,5 y 7.* <https://www.gob.ec/mdg/tramites/emision-permisos-funcionamiento-establecimientos-categoria-45-7-locales-consumo-alimentos-preparados-centros-entretenimiento-venta-bebidas-alcoholicas-supermercado-bodegas>

Ministerio de Trabajo . (2024). *SALARIOS MÍNIMOS SECTORIALES Y TARIFAS 2024.* <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/01/3.-Salarios-minimos-sectoriales-2024.pdf>

OpenAI.(2025).ChatGPT [Chat con IA]: <https://chatgpt.com/c/68150012-0ff4-8004-9348-1d89cbafab4f>

Pupiales , E., & Verdugo, M. (2017). *Cultura y creatividad en la región de Otavalo (Ecuador).* *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada, 48: 153-172.*

Ramírez , D., Vidal, S., & Domínguez, Y. (2009). *ETAPAS DEL ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD. COMPENDIO BIBLIOGRÁFICO.* Obtenido de Contribuciones a la Economía: <https://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

ROCHI Knowledge & Insights. (2023). *¿Cómo Realizar el Cálculo del Tamaño de la Muestra Online Para tu Investigación de Mercado?* (<https://www.rochiconsulting.com/blog/calculo-del-tamano-de-la-muestra-online/>)

Servicio de Rentas Internas (SRI). (2023). *DECLARACIÓN IMPUESTO A LA RENTA.* Plataforma Gubernamental Financiera: <https://www.sri.gob.ec/declaracion-impuesto-a-la-renta-2023>

- Suárez, E. (2024). *Fuentes primarias y secundarias: la guía definitiva*. Experto Universitario. <https://expertouniversitario.es/blog/fuentes-primarias-y-secundarias/>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS). (2024). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas?utm_source=chatgpt.com
- Terán, P. (s.f.). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar].
- Torres, G. (2023). *Cálculo del VAN*. ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO. <https://www.studocu.com/ec/document/escuela-superior-politecnica-de-chimborazo/explotacion-a-cielo-abierto/calculo-del-van-calculo-del-valor-actual-neto/45253307>
- Troncoso, C. (2019). *Comidas tradicionales: un espacio para la alimentación saludable*. *SCIELO*, 21, 105-114.
- Turisec. (2022). *Unos 3.000 turistas por fin de semana disfrutaron del lago San Pablo*. <https://www.turisec.com/unos-3-000-turistas-por-fin-de-semana-disfrutaron-del-lago-san-pablo-alli-opera-un-emprendimiento-comunitario/>
- Vallejos, A., Torres, O., & Enríquez, F. (2017). *Experiencias de turismo creativo de la cocina ancestral Otavaleña en la provincia de Imbabura (Ecuador)*. *HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación*, 1(2).
- Varela, E. (2019). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA CAFETERIA* [Tesis de pregrado, PUCE-SI]. <https://repositorio.puce.edu.ec/items/9f710104-6d45-4fb4-b67e-03c938b22d3e>

Gudiño, H. (2020). *Los mejores restaurantes temáticos del mundo*. El Souvenir.

[https://elsouvenir.com/los-mejores-restaurantes-](https://elsouvenir.com/los-mejores-restaurantes-tematicos/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A11%20fue%20el%20primer%20restaur)

[tematicos/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A11%20fue%20el%20primer%20restaur](https://elsouvenir.com/los-mejores-restaurantes-tematicos/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A11%20fue%20el%20primer%20restaur)

GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA. (2020). CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CONSULTORÍA DE LA AGENDA PRODUCTIVA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA.

[https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-](https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-ganaderia-de-leche-y-lacteos/8-cadena-de-valor-ganaderia-de-leche-y-lacteos.pdf)

[cadenas-valor-priorizadas/cadena-ganaderia-de-leche-y-lacteos/8-cadena-de-valor-ganaderia-de-leche-y-](https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-ganaderia-de-leche-y-lacteos/8-cadena-de-valor-ganaderia-de-leche-y-lacteos.pdf)

[lacteos.pdf](https://www.imbabura.gob.ec/phocadownloadpap/agenda-productiva/estrategias-fortalecimiento-cadenas-valor-priorizadas/cadena-ganaderia-de-leche-y-lacteos/8-cadena-de-valor-ganaderia-de-leche-y-lacteos.pdf)

Yanapay, C. (2020). *San Pablo del Lago Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*

Actualización 2019 - 2023.[https://sanpablodelago.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/PDOT-SAN-](https://sanpablodelago.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/PDOT-SAN-PABLO-2019-2023_FINALES_ok.pdf)

[PABLO-2019-2023_FINALES_ok.pdf](https://sanpablodelago.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/PDOT-SAN-PABLO-2019-2023_FINALES_ok.pdf)

ANEXOS

Anexo 1. Ficha de observación

Tabla 56

Modelo de la ficha de observación

Ficha de Observación de nuestra competencia

Fecha:	18 y 19 de abril del 2025
Ubicación:	San Pablo del Lago
Número de competidores observados:	3 restaurantes
Mencione a los competidores:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cabañas del Lago 2. Puerto Lago 3. La casa de la Hiedra
Motivo de la evaluación:	Recopilación de información relevante sobre su funcionamiento, infraestructura, servicio, oferta gastronómica, a través de una observación cercana a los restaurantes, con el fin de analizar el entorno competitivo del sector.

Indicador	Descripción	Marcar la respuesta correcta que vengan al caso		
		Competidor 1	competidor 2	competidor 3
Tipo de restaurante	Tradicional			
	Temático			
	Cafetería			
	Gourmet			
	Normal			
Precios	Muy alto			
	Alto			
	Accesible			
	Bajo			
Productos	Comida tradicional ecuatoriana			
	Comida típica del sector			
	Comida rápida			
	Comida común			
Publicidad	Redes Sociales			
	Medios Tradiconales			

	Anuncio en medios locales			
	Reseñas en TripAdvisor			
	Recomendación de amigos/familia			
Accesibilidad	Entrada accesible y fácil			
	Algunas dificultades para el ingreso			
	Señalización adecuada			
	Estacionamiento accesible			
Disponibilidad de Servicios Básicos	Agua Potable			
	Energía eléctrica			
	Servicios sanitarios adecuados			
	Internet/Wi-Fi			
Diseño arquitectónico	Temática cultural/rustica			
	Adecuación al ambiente			
	Diseño moderado y minimalista			
	Clásico y elegante			
Infraestructura	Espacios amplios y bien distribuidos			
	Espacios divididos en zonas específicas			
	Espacio reducidos pero funcionales			
	Necesita mejoras			
Número estimado de clientes	Alta demanda, reserva necesaria			
	Visitas moderadas			
	Pocas visitas			
Temporalidad	Temporada alta (vacaciones, feriados)			
	Fines de semana durante todo el año			
	Diario			

Observaciones:

Evaluado por:
Lesly Anahí de la Cruz
Gúzman

Firma :

Anexo 2. Ficha de observación realizada

Tabla 57

Ficha de observación realizada

Ficha de Observación de nuestra competencia

Fecha:	18 y 19 de abril del 2025
Ubicación:	San Pablo del Lago
Número de competidores observados:	3 restaurantes
Mencione a los competidores:	1. Cabañas del Lago 2. Puerto Lago 3. La casa de la Hiedra
Motivo de la evaluación:	Recopilación de información relevante sobre su funcionamiento, infraestructura, servicio, oferta gastronómica, a través de una observación cercana a los restaurantes, con el fin de analizar el entorno competitivo del sector.

Indicador	Descripción	Marcar la respuesta correcta que vengan al caso		
		Competidor 1	competidor 2	competidor 3
Tipo de restaurante	Tradicional	X		X
	Temático			
	Cafetería		X	
	Gourmet	X	X	
	Normal			
Precios	Muy alto	X		
	Alto		X	
	Accesible			X
	Bajo			

Productos	Comida tradicional ecuatoriana	X	X	
	Comida típica del sector	X	X	X
	Comida rápida			
	Comida común			X
Publicidad	Redes Sociales	X	X	X
	Medios Tradicionales		X	
	Anuncio en medios locales	X	X	
	Reseñas en TripAdvisor	X	X	X
	Recomendación de amigos/familia	X	X	
Accesibilidad	Entrada accesible y fácil	X		
	Algunas dificultades para el ingreso		X	X
	Señalización adecuada	X	X	
	Estacionamiento accesible	X	X	
Disponibilidad de Servicios Básicos	Agua Potable	X	X	X
	Energía eléctrica	X	X	X
	Servicios sanitarios adecuados	X	X	X
	Internet/Wi-Fi	X	X	X
Diseño arquitectónico	Temática cultural/rustica	X		
	Adecuación al ambiente	X	X	X
	Diseño moderado y minimalista		X	
	Clásico y elegante		X	
Infraestructura	Espacios amplios y bien distribuidos	X	X	

	Espacios divididos en zonas específicas	X		
	Espacio reducidos pero funcionales	X	X	X
	Necesita mejoras			X
Número estimado de clientes	Alta demanda, reserva necesaria		X	
	Visitas moderadas	X		X
	Pocas visitas			
Temporalidad	Temporada alta (vacaciones, feriados)	X	X	X
	Fines de semana durante todo el año	X	X	X
	Diario			X

Observaciones:

Los tres restaurantes son los más cotizados en el sector, sin embargo, el restaurante Casa de la Hiedra no está situado a orillas del Lago como los otros dos restaurantes, pero tiene una gran personalidad y acogida por los turistas que visitan el Lugar.

Evaluado por:
Lesly Anahí de
la Cruz Gúzman

Firma :

Firma : **Lesly Anahí
De la Cruz
Guzmán**  Firmado digitalmente
por Lesly Anahí De la
Cruz Guzmán
Fecha: 2025.04.25
11:08:37 -05'00'

Anexo 3. Encuesta

Encuesta

Objetivo: Identificar preferencias y expectativas de los turistas sobre un nuevo restaurante en el Lago San Pablo.

Perfil del encuestado

1. **Edad:** _____
2. **Género** _____
3. **Lugar de residencia:** _____
4. **Frecuencia con que visita el Lago San Pablo. (Seleccione una opción.)**
 - a) Varias veces en el año
 - b) Una vez al mes
 - c) Eventualmente
 - d) Primera vez
5. **¿Qué tipo de restaurante elegiría en el sector? (Seleccione una opción.)**
 - a) Restaurante de comida ecuatoriana
 - b) Restaurante temático
 - c) Restaurante gourmet
 - d) Restaurante de comida rápida
6. **¿Qué nivel de precios está dispuesto a pagar? (Seleccione una opción.)**
 - a) \$21 – 35\$
 - b) \$11- \$20
 - c) \$5- \$10
 - d) \$2 - \$4

7. **¿Qué tipo de comida le atrae más? (Seleccione una opción.)**
- a) Típica del sector
 - b) Tradicional ecuatoriana
 - c) Común/internacional
 - d) Comida rápida
8. **¿Cuál de los siguientes platos tradicionales estaría más interesado en comprar durante su visita? (Marque todos los que correspondan.)**
- a) Fritada
 - b) Hornado
 - c) Patas de cerdo guisadas
 - d) Cuy
 - e) Otros_____
9. **¿Cuál canal influye más en su decisión de visitar un restaurante? (Marque todos los que correspondan.)**
- a) Redes sociales
 - b) Radio
 - c) Televisión
 - d) Letreros
 - e) Pancartas publicitarias
 - f) Reseñas en TripAdvisor
 - g) Recomendación de conocidos
10. **Califique la importancia de cada aspecto en una escala del 1 (poco importante) al 5 (muy importante).**

Aspecto

Entrada accesible y señalización

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Estacionamiento

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Espacios amplios

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Zonas diferenciadas (niños, parejas, grupos)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Agilidad de reserva

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Facilidad de acceso para personas con movilidad reducida

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

11. ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales considera imprescindibles?**(Marque todos los que correspondan.)**

- Disponibilidad de parqueo
- Diversos métodos de pago (efectivo, tarjeta, transferencia)

- c) Zona de juegos para niños
- d) Ambientación musical en vivo.

12. ¿Qué estilo arquitectónico prefiere? (Seleccione una opción.)

- a) Cultural/rústico
- b) Integrado al paisaje/entorno natural
- c) Moderno/minimalista
- d) Clásico/elegante

13. Visitaría un restaurante temático cultural

Sí_____ No_____

14. ¿Con cuántas personas suele visitar un restaurante en el Lago San Pablo?

(Seleccione solo una opción.)

- a) Voy solo
- b) Voy con 1 acompañante (2 personas en total)
- c) Voy con 2 a 4 acompañantes (3-5 personas)
- d) Voy con 5 o más acompañantes (grupo grande)

Anexo 4. Encuesta piloto

Encuesta

Objetivo: Identificar preferencias y expectativas de los turistas sobre un nuevo restaurante en el Lago San Pablo.

Perfil del encuestado

1. **Edad:** 23
2. **Género:** F
3. **Lugar de residencia:** Otavalo
4. **Frecuencia con que visita el Lago San Pablo. (Seleccione una opción.)**
 - a) Varias veces en el año
 - b) Una vez al mes
 - c) Eventualmente
 - d) Primera vez
5. **¿Qué tipo de restaurante elegiría en el sector? (Seleccione una opción.)**
 - a) Restaurante de comida ecuatoriana
 - b) Restaurante temático
 - c) Restaurante gourmet
 - d) Restaurante de comida rápida
6. **¿Qué nivel de precios está dispuesto a pagar? (Seleccione una opción.)**
 - a) \$21 – 35\$
 - b) \$11- \$20
 - c) \$5- \$10
 - d) \$2 - \$4

7. **¿Qué tipo de comida le atrae más? (Seleccione una opción.)**
- a) Típica del sector
 - b) Tradicional ecuatoriana**
 - c) Común/internacional
 - d) Comida rápida
8. **¿Cuál de los siguientes platos tradicionales estaría más interesado en comprar durante su visita? (Marque todos los que correspondan.)**
- a) Fritada
 - b) Hornado**
 - c) Patas de cerdo guisadas
 - d) Cuy
 - e) Otros_____
9. **¿Cuál canal influye más en su decisión de visitar un restaurante? (Marque todos los que correspondan.)**
- a) Redes sociales**
 - b) Radio
 - c) Televisión
 - d) Letreros
 - e) Pancartas publicitarias
 - f) Reseñas en TripAdvisor
 - g) Recomendación de conocidos
10. **Califique la importancia de cada aspecto en una escala del 1 (poco importante) al 5 (muy importante).**

Aspecto

Entrada accesible y señalización

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Estacionamiento

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Espacios amplios

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Zonas diferenciadas (niños, parejas, grupos)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Agilidad de reserva

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Facilidad de acceso para personas con movilidad reducida

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

11. ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales considera imprescindibles?**(Marque todos los que correspondan.)****a) Disponibilidad de parqueo****b) Diversos métodos de pago (efectivo, tarjeta, transferencia)**

c) Zona de juegos para niños

d) Ambientación musical en vivo.

12. **¿Qué estilo arquitectónico prefiere? (Seleccione una opción.)**

a) Cultural/rústico

b) Integrado al paisaje/entorno natural

c) Moderno/minimalista

d) Clásico/elegante

13. **Visitaría un restaurante temático cultural**

Sí X No _____

14. **¿Con cuántas personas suele visitar un restaurante en el Lago San Pablo?**

(Seleccione solo una opción.)

a) Voy solo

b) Voy con 1 acompañante (2 personas en total)

c) Voy con 2 a 4 acompañantes (3-5 personas)

d) Voy con 5 o más acompañantes (grupo grande)

Encuesta

Objetivo: Identificar preferencias y expectativas de los turistas sobre un nuevo restaurante en el Lago San Pablo.

Perfil del encuestado

1. **Edad:28**
2. **Género: F**
3. **Lugar de residencia: Cayambe**
4. **Frecuencia con que visita el Lago San Pablo. (Seleccione una opción.)**
 - a) Varias veces en el año
 - b) Una vez al mes
 - c) Eventualmente
 - d) Primera vez
5. **¿Qué tipo de restaurante elegiría en el sector? (Seleccione una opción.)**
 - a) Restaurante de comida ecuatoriana
 - b) Restaurante temático
 - c) Restaurante gourmet
 - d) Restaurante de comida rápida
6. **¿Qué nivel de precios está dispuesto a pagar? (Seleccione una opción.)**
 - a) \$21 – 35\$
 - b) \$11- \$20
 - c) \$5- \$10
 - d) \$2 - \$4
7. **¿Qué tipo de comida le atrae más? (Seleccione una opción.)**

- a) Típica del sector
- b) Tradicional ecuatoriana**
- c) Común/internacional
- d) Comida rápida

8. **¿Cuál de los siguientes platos tradicionales estaría más interesado en comprar durante su visita? (Marque todos los que correspondan.)**

- a) Fritada**
- b) Hornado
- c) Patas de cerdo guisadas
- d) Cuy
- e) Otros _____

9. **¿Cuál canal influye más en su decisión de visitar un restaurante? (Marque todos los que correspondan.)**

- a) Redes sociales**
- b) Radio
- c) Televisión
- d) Letreros
- e) Pancartas publicitarias
- f) Reseñas en TripAdvisor
- g) Recomendación de conocidos

10. **Califique la importancia de cada aspecto en una escala del 1 (poco importante) al 5 (muy importante).**

Aspecto

Entrada accesible y señalización

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Estacionamiento

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Espacios amplios

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Zonas diferenciadas (niños, parejas, grupos)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Agilidad de reserva

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

Facilidad de acceso para personas con movilidad reducida

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Nada	Poco importante	Indiferente	Importante	Muy importante

11. ¿Cuáles de los siguientes servicios adicionales considera imprescindibles?**(Marque todos los que correspondan.)****a) Disponibilidad de parqueo**

b) Diversos métodos de pago (efectivo, tarjeta, transferencia)

c) Zona de juegos para niños

d) Ambientación musical en vivo.

12. **¿Qué estilo arquitectónico prefiere? (Seleccione una opción.)**

a) Cultural/rústico

b) Integrado al paisaje/entorno natural

c) Moderno/minimalista

d) Clásico/elegante

13. **Visitaría un restaurante temático cultural**

Sí X No _____

14. **¿Con cuántas personas suele visitar un restaurante en el Lago San Pablo?**

(Seleccione solo una opción.)

a) Voy solo

b) Voy con 1 acompañante (2 personas en total)

c) Voy con 2 a 4 acompañantes (3-5 personas)

d) Voy con 5 o más acompañantes (grupo grande)

Anexo 5. Subreceta del primer menú**Tabla 58***Carne de cerdo*

Nombre del plato		Carne de cerdo		
Cantidad		130		
Valor de la unidad		0,05208606		
Número de PAX		8	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carne de cerdo	gr	800	0,005656109	4,5249
sal	gr	14	0,000355	0,0050
aliño	gr	135	0,003488372	0,4709
comino	gr	5	0,013888889	0,0694
Pimienta	gr	1	0,02	0,0200
Ajo	gr	21	0,006097561	0,1280
cebolla	gr	148	0,000516796	0,0765
Aceite	gr	79	0,002083333	0,1646
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				5,4593
				0,682418682
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,191106481

Tabla 59*Ensalada*

Nombre del plato		Ensalada		
Cantidad		15		
Valor de la unidad		0,113043352		
Número de PAX		27	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
cebolla	gr	174	0,000516796	0,0899
tomate	gr	221	0,001060445	0,2344
limón	gr	2	0,111111111	0,2222

sal	gr	3	0,000355	0,0011
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,5476
				0,020280301
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,025082948

Tabla 60*Mote*

Nombre del plato		Mote		
Cantidad		50		
Valor de la unidad		0,001602564		
Número de PAX	13	PAX		
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mote	gr	624	0,001602564	1,0000
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				1,0000
				0,076923077
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,186219373

Tabla 61*Chochos*

Nombre del plato		Chochos		
Cantidad		26		
Valor de la unidad		0,002320186		
Número de PAX	17	PAX		
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
chochos	gr	420	0,002320186	0,9745
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,9745
				0,057322233

TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA 0,004721496

Tabla 62*Papas salteadas*

Nombre del plato		Papas salteadas		
Cantidad		40		
Valor de la unidad		0,010137038		
Número de PAX		16	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papa	gr	630	0,000892857	0,5625
Perejil	gr	9	0,0046875	0,0422
Mantequilla	gr	35	0,004201681	0,1471
Sal	gr	2	0,000355	0,0007
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,7525
				0,04702852
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,050467978

Tabla 63*Tostado*

Nombre del plato		Tostado		
Cantidad		25		
Valor de la unidad		0,011175832		
Número de PAX		8	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maíz	gr	175	0,002123142	0,3715
Ajo	gr	13	0,006097561	0,0793
Cebolla	gr	34	0,000516796	0,0176
Aceite	gr	100	0,002083333	0,2083
Sal	gr	5	0,000355	0,0018
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,6785

	0,084812197
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	0,07565162

Tabla 64

Chicha

Nombre del plato		Chicha			
Cantidad		225			
Valor de la unidad		0,0255			
Número de PAX		25			PAX
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	
Arrocillo	gr	250	0,0012	0,3	
Cedón	gr	50	0,0040	0,2	
Manzanilla	gr	50	0,0050	0,25	
Hoja de Naranja	gr	30	0,0050	0,15	
Piña	gr	1000	0,0010	1	
Babaco	gr	1000	0,0015	1,5	
Naranjilla	gr	200	0,0025	0,5	
Maracuyá	gr	150	0,0040	0,6	
Azúcar	gr	1000	0,0013	1,3	
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				5,8000	
				0,232	
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,193668148	

Anexo 6. Subreceta del segundo menú

Tabla 65

Carne de cerdo

Nombre del plato		Carne de cerdo			
Cantidad		117			
Valor de la unidad		0,049411327			
Número de PAX		12			PAX
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	

Carne de cerdo	gr	1000	0,00146975	1,4697
sal	gr	102	0,000355	0,0362
comino	gr	13	0,01388889	0,1806
Pimienta	gr	7	0,02	0,1400
Ajo	gr	68	0,00609756	0,4146
cebolla	gr	340	0,0005168	0,1757
Achiote en polvo	gr	13	0,005	0,0650
Aceite	gr	136	0,00208333	0,2833
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				2,7652
				0,23043259
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,127522248

Tabla 66

Ensalada

Nombre del plato		Ensalada		
Cantidad		15		
Valor de la unidad		0,113043352		
Número de PAX		27	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
cebolla	gr	184	0,0005168	0,0951
tomate	gr	221	0,00106045	0,2344
limón	gr	2	0,11111111	0,2222
sal	gr	3	0,000355	0,0011
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,2233
				0,008269897
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,007431984

Tabla 67

Mote

Nombre del plato		Mote		
Cantidad		35		
Valor de la unidad		0,006290064		

Número de PAX		18	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mote	gr	634	0,00160256	1,0160
Perejil	gr	9	0,0046875	0,0422
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				1,0582
				0,058789619
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,13449177

Tabla 68*Tortillas de papa*

Nombre del plato		Tortillas de papa		
Cantidad		45		
Valor de la unidad		0,020838423		
Número de PAX	13	PAX		
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papas	gr	580	0,00090009	0,5221
Achote en aceite	gr	16	0,0175	0,2800
sal	gr	15	0,000355	0,0053
aceite	gr	34	0,00208333	0,0708
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,8782
				0,067554657
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,04630698

Tabla 69*Tostado*

Nombre del plato		Tostado		
Cantidad		20		
Valor de la unidad		0,011175832		

Número de PAX	10		PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maiz	gr	175	0,00212314	0,3715
Ajo	gr	13	0,00609756	0,0793
Cebolla	gr	34	0,0005168	0,0176
Aceite	gr	100	0,00208333	0,2083
Sal	gr	5	0,000355	0,0018
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,6785
				0,067849758
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,080748765

Tabla 70

Chicha

Nombre del plato	Chicha			
Cantidad	225			
Valor de la unidad	0,0255			
Número de PAX	25		PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrocillo	gr	250	0,0012	0,3
Cedón	gr	50	0,0040	0,2
Manzanilla	gr	50	0,0050	0,25
Hoja de Naranja	gr	30	0,0050	0,15
Piña	gr	1000	0,0010	1
Babaco	gr	1000	0,0015	1,5
Naranjilla	gr	200	0,0025	0,5
Maracuyá	gr	150	0,0040	0,6
Azúcar	gr	1000	0,0013	1,3
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				5,8000
				0,232
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,024208519

Anexo 7. Subreceta del tercer menú**Tabla 71***Patas de cerdo guisadas*

Nombre del plato		Patas de cerdo guisadas		
Cantidad		350		
Valor de la unidad		0,05433494		
Número de PAX		5	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Patas de cerdo	gr	1800	0,00230556	4,1500
sal	gr	18	0,000355	0,0064
Ajo	gr	20	0,00609756	0,1220
cebolla	gr	150	0,0005168	0,0775
Óregano	gr	3	0,0375	0,1125
Jugo de naranja	gr	20	0,00059952	0,0120
Cilantro	gr	10	0,005	0,0500
Pimiento verde	gr	100	0,00125628	0,1256
Tomate riñon	gr	200	0,00070423	0,1408
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				4,7968
				0,959364844
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,787358333

Tabla 72*Puré de papas en hiervas*

Nombre del plato		Puré de papas en hiervas		
Cantidad		200		
Valor de la unidad		0,044225165		
Número de PAX		5	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papas cholas	gr	1111	0,00090009	1,0000
Mantequilla	gr	80	0,00420168	0,3361
Leche	gr	200	0,0009	0,1800

Ajo	gr	5	0,00609756	0,0305
Sal	gr	8	0,000355	0,0028
Pimienta	gr	1	0,02	0,0200
Perejil	gr	10	0,0046875	0,0469
Aceite	gr	10	0,00208333	0,0208
Cilantro	gr	10	0,005	0,0500
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,6872
				0,137434118
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,20066358

Tabla 73*Ensalada de lechuga*

Nombre del plato		Ensalada de Lechuga		
Cantidad		15		
Valor de la unidad		0,0025		
Número de PAX		20	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lechuga	gr	300	0,0025	0,7500
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,7500
				0,0375
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,006019907

Tabla 74*Tostado*

Nombre del plato		Tostado		
Cantidad		40		

Valor de la unidad			0,011175832	
Número de PAX		4		PAX
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maíz	gr	175	0,00212314	0,3715
Ajo	gr	13	0,00609756	0,0793
Cebolla	gr	34	0,0005168	0,0176
Aceite	gr	100	0,00208333	0,2083
Sal	gr	5	0,000355	0,0018
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				0,6785
				0,169624395
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,150497685

Tabla 75

Chicha

Nombre del plato			Chicha	
Cantidad			225	
Valor de la unidad			0,0255	
Número de PAX		25		PAX
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrocillo	gr	250	0,0012	0,3
Cedrón	gr	50	0,0040	0,2
Manzanilla	gr	50	0,0050	0,25
Hoja de Naranja	gr	30	0,0050	0,15
Piña	gr	1000	0,0010	1
Babaco	gr	1000	0,0015	1,5
Naranjilla	gr	200	0,0025	0,5
Maracuyá	gr	150	0,0040	0,6
Azúcar	gr	1000	0,0013	1,3
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				5,8000
				0,232
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,193797037

Anexo 8. Subreceta del cuarto menú**Tabla 76***Cuy*

Nombre del plato		Cuy		
Cantidad		800		
Valor de la unidad		0,030719357		
Número de PAX	2	PAX		
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cuy	gr	1800	0,00777778	14,0000
Sal	gr	2	0,000355	0,0007
Ajo	gr	4	0,00609756	0,0244
Cebolla	gr	650	0,0005168	0,3359
Comino	gr	8	0,01388889	0,1111
Aceite	gr	550	0,00208333	1,1458
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				15,6180
				7,808981001
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				1,966576389

Tabla 77*Papas con salsa de maní*

Nombre del plato		Papas con salsa de maní		
Cantidad		130		
Valor de la unidad		0,03835278		
Número de PAX	12	PAX		

INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papa chola	gr	1000	0,00090009	0,9001
Maní	gr	600	\$ 0,01	3,0000
Leche	gr	800	0,0009	0,7200
Cebolla	gr	1000	0,0005168	0,5168
Ajo	gr	85	0,00609756	0,5183
Aceite	gr	34	0,00208333	0,0708
Achote	gr	16	0,0175	0,2800
Sal	gr	15	0,000355	0,0053
Cilantro	gr	5	0,005	0,0250
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				5,1362
				0,428020573
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,117053755

Tabla 78

Ensalada

Nombre del plato	Ensalada			
Cantidad	15			
Valor de la unidad	0,003560445			
Número de PAX	95	PAX		
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lechuga	gr	300	0,0025	0,7500
Tomate	gr	943	0,00106045	1,0000
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				1,7500
				0,018421053
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,000844899

Tabla 79

Chicha

Nombre del plato		Chicha		
Cantidad		225		
Valor de la unidad		0,0255		
Número de PAX		25	PAX	
INGREDIENTES	UND	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Arrocillo	gr	250	0,0012	0,3
Cedrón	gr	50	0,0040	0,2
Manzanilla	gr	50	0,0050	0,25
Hoja de Naranja	gr	30	0,0050	0,15
Piña	gr	1000	0,0010	1
Babaco	gr	1000	0,0015	1,5
Naranjilla	gr	200	0,0025	0,5
Maracuyá	gr	150	0,0040	0,6
Azúcar	gr	1000	0,0013	1,3
TOTAL MATERIAL PRIMA USD				5,8000
				0,232
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA				0,192637037